

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
RETAILER PADA PT. DHARMA GUNA WIBAWA CABANG
PEKANBARU**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH

LESTIA RINI SARAGIH

NIM.11970124968

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
RETAILER PADA PT. DHARMA GUNA WIBAWA CABANG
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH

LESTIA RINI SARAGIH

NIM.11970124968

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023

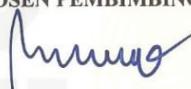
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : LESTIA RINI SARAGIH
NIM : 11970124968
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
JUDUL : PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RETAILER PADA PT DHARMA GUNA WIBAWA CABANG PEKANBARU

DISETUJUI OLEH
DOSEN PEMBIMBING


FERIZAL RAHMAD, SE, MM
NIP. 197502162014111001

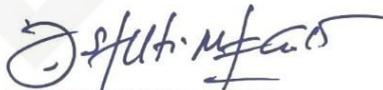
MENGETAHUI,

DEKAN



Dr. H. MAHSARNI, SE, MM
NIP. 197008261999032001

KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN


ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
NIP. 197205132007012018



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lestia Rini Saragih
 NIM : 11970124968
 Jurusan : S1 Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh Kelengkapan Produk, Sales Promotion dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
 Tanggal Ujian : 26 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
 Astuti Meflinda, SE, MM

Sekretaris
 Ermansyah, SE, MM

Penguji 1
 Dr. Dony Martias, SE, MM

Penguji 2
 Fakhrurozi, SE, MM



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lestia Rini Saragih
 NIM : 11970129968
 Tempat/Tgl. Lahir : Ujung Batu IV, 25 September 1999
 Fakultas/Pencapaian : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : Manajemen
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
* pengaruh Kelengkapan produk, sales promotion, dan kualitas
Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Retailer pada
PT Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru *

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 11 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan



Lestia Rini Saragih
 NIM : 11970129968

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

Oleh:

LESTIA RINI SARAGIH

NIM :11970124968

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru. Data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini yaitu para *Retailer* yang terdaftar di PT Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru tahun 2022 dengan jumlah 60 *retailer*. Pada penelitian ini jumlah sampel yang dijadikan responden penelitian sejumlah 60 *retailer*. Teknik sampling yang digunakan adalah *Sampling Total*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Metode analisa data adalah Kuantitatif dengan Regresi liner berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS V.26. Temuan penelitian adalah Kelengkapan Produk, *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai *R Square* sejumlah 0,511 menunjukkan bahwa variabel Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sejumlah 51,1% terhadap Kepuasan Konsumen, Sedangkan sisanya sejumlah 48,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Sales Promotion Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada Pt. Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru ”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada Orang Tua tercinta dan tersayang, yaitu Ayahanda Yusup Saragih dan Ibunda Lina Fiati, Adik saya Ferdi Saputra Saragih dan Abid Aqila Pranaja Saragih, dan nenek saya Rasimah yang telah turut meluangkan waktunya, memberikan semangat, motivasi serta do'a dalam untuk penulis.

Sebagai penulis, saya sangat menghargai diri saya sendiri karena telah mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih karena telah membantu saya menunjukkan bahwa saya dapat mengandalkan diri



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

saya sendiri dengan selalu berpikir optimis bahkan ketika keadaan tidak mendukung saya dan selalu berusaha untuk percaya pada diri saya sendiri.

Banyak bantuan dari berbagai pihak berupa memberikan arahan, nasihat, dan dukungan yang tidak diragukan lagi dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak DR. Kamarruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.

9. Ibu Irien Violinda Anggriani, SE, M.Si selaku penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

10. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

11. Kepada kak Wella Agustina dan seluruh staf PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru yang telah banyak membantu memberikan data dan menyebarkan pengisian kuesioner penelitian ini.

12. Terima kasih kepada sahabat saya selama di bangku perkuliahan Desya Serly Ananda, Tasya Ira Dhani, Sugiarti, Sukmah Ramadhani, Suria Ningsih, Rizka Sri Rahayu, Natasha Elladitia Dewanggi dan Nawardi Damanik yang telah membersamai dan memotivasi penulis untuk selalu bersemangat dalam menempuh pendidikan di perkuliahan.

Semoga segala bantuan dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis menjadi nilai ibadah dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, keterbatasan, baik dari isi maupun konsep penyusunan. Oleh karena itu, penulis menerima dengan terbuka kritik dan saran yang berhubungan dengan skripsi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan selanjutnya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca maupun untuk peneliti selanjutnya. *Aamiin ya rabbal'alami.*

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, Juli 2023

Penulis,

LESTIA RINI SARAGIH

NIM: 11970124968

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.5. Sistematika Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1. Manajemen Pemasaran	18
2.2. Bisnis Ritel	19
2.2.1. Pengertian Bisnis Ritel.....	19
2.2.2. Jenis-Jenis Ritel.....	20
2.3. Kepuasan Konsumen	22
2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	22
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	23
2.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	25
2.3.4. Indikator Kepuasan	26
2.4. Kelengkapan Produk	27
2.4.1. Pengertian Kelengkapan Produk	27
2.4.2. Indikator Kelengkapan Produk	28

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5. Sales Promotion	28
2.5.1. Pengertian <i>Sales Promotion</i>	28
2.5.2. Indikator <i>Sales Promotion</i>	29
2.6. Kualitas Layanan	30
2.6.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	30
2.6.2. Indikator Kualitas Layanan	31
2.7. Hubungan Antar Variabel	33
2.7.1. Hubungan Variabel Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.7.2. Hubungan Variabel <i>Sales Promotion</i> terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.7.3. Hubungan Variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.8. Pandangan Islam terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.9. Penelitian Terdahulu	38
2.10. Hipotesis Penelitian	41
2.11. Kerangka Pemikiran	42
2.12. Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Lokasi Penelitian	46
3.2. Jenis dan Sumber data	46
3.3. Teknik Pengumpulan Data	46
3.4. Populasi dan Sampel	47
3.4.1. Populasi.....	47
3.4.2. Sampel.....	48
3.5. Teknik Analisis Data	49
3.6. Uji Instrumen	49
3.6.1. Uji Validitas	49
3.6.2. Uji Reliabilitas	50
3.7. Uji Asumsi Klasik	50
3.7.1. Uji Normalitas.....	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.2. Uji Multikolonieritas.....	51
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.7.4. Uji Autokorelasi.....	52
3.8. Uji Regresi Linear Berganda.....	53
3.9. Uji Hipotesis.....	54
3.9.1. Uji T.....	54
3.9.2. Uji F.....	55
3.9.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	55
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	57
4.1 Sejarah Singkat PT Dharma Guna Wibawa.....	57
4.2 Visi dan Misi PT Dharma Guna Wibawa.....	58
4.2.1 Visi PT Dharma Guna Wibawa.....	58
4.2.2 Misi PT Dharma Guna Wibawa.....	58
4.3 Struktur Organisasi PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.....	59
4.4 Program Kerja PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.....	61
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
5.1. Karakteristik Responden.....	63
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
5.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	64
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
5.1.4 Responden Berdasarkan Lama Bermitra dengan PT Dharma Guna Wibawa.....	65
5.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
5.2.1. Kelengkapan Produk (X1).....	66
5.2.2. <i>Sales Promotion</i> (X2).....	67
5.2.3. Kualitas Layanan (X3).....	68
5.2.4. Kepuasan Konsumen (Y).....	69
5.3. Uji Kualitas Data.....	71
5.3.1. Uji Validitas.....	71

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.3.2. Uji Reliabilitas	72
5.4. Uji Asumsi Klasik	73
5.4.1. Uji Normalitas.....	74
5.4.2. Uji Multikolinieritas.....	76
5.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	78
5.4.4. Uji Autokorelasi	79
5.5. Uji Regresi Linier Berganda	80
5.6. Uji Hipotesis	82
5.6.1. Uji Secara Simultan (Uji F).....	82
5.6.2. Uji Secara Parsial (Uji T).....	83
5.6.3. Koefisien Determinasi (R ²)	86
5.7. Pembahasan.....	87
5.7.1. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Retailer</i> Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru. ...	87
5.7.2. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Retailer</i> Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru	88
5.7.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Retailer</i> pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.....	90
5.7.4. Pengaruh Kelengkapan Produk, <i>Sales Promotion</i> , dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Retailer</i> pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.....	91
BAB VI PENUTUP	93
6.1. Kesimpulan	93
6.2. Saran	94

Daftar Pustaka

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

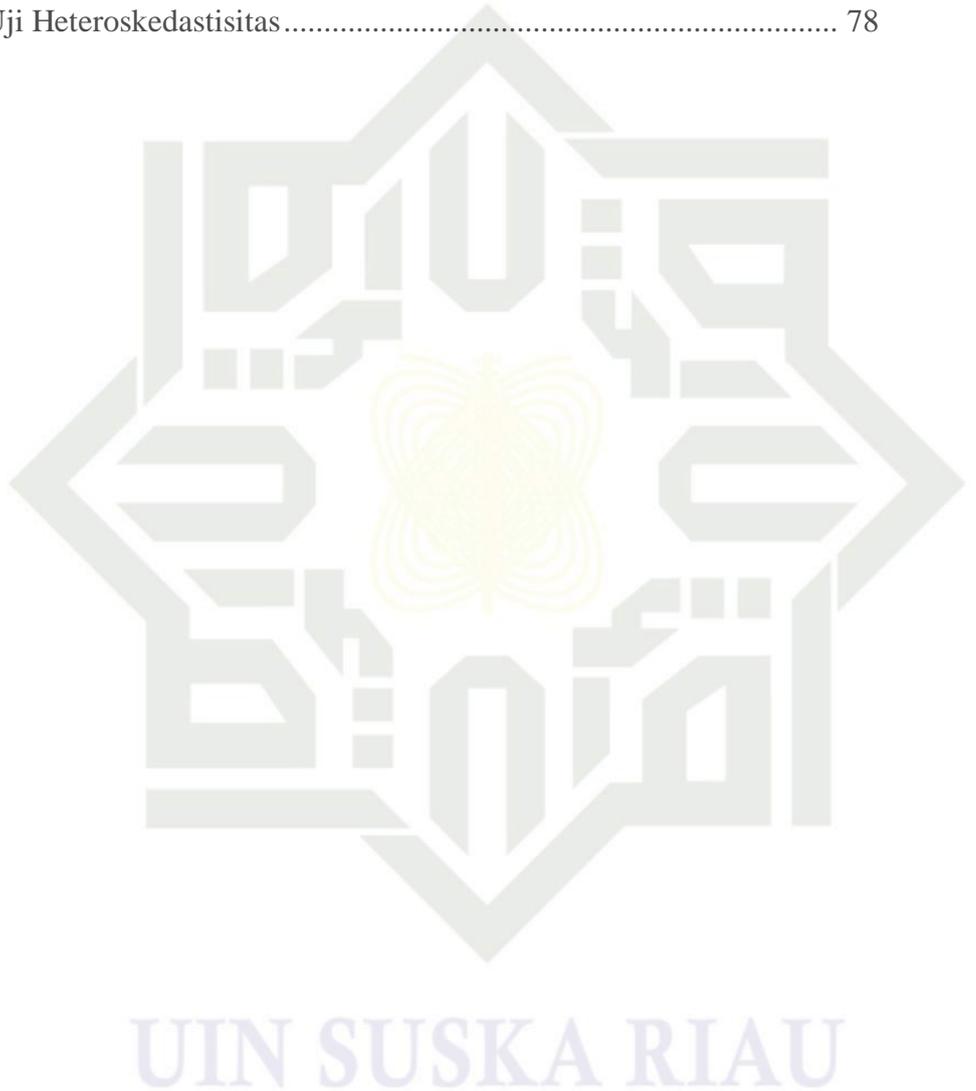
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Nama Produk Beserta Kategori Produk yang Dijual PT DGW Cabang Pekanbaru-Riau	4
Tabel 1.2	Daftar Nama Distributor PT DGW Cabang Pekanbaru-Riau	6
Tabel 1.3	Daftar Retailer Penjual Produk PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru-Riau Tahun 2022.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2.2	Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 3.1	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 5.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 5.2	Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 5.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 5.4	Responden Berdasarkan Lama Bermitra dengan PT DGW	65
Tabel 5.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kelengkapan Produk.....	66
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Sales Promotion	67
Tabel 5.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Layanan	68
Tabel 5.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen	70
Tabel 5.9	Rekapitulasi Uji Validitas	72
Tabel 5.10	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	73
Tabel 5.11	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test	76
Tabel 5.12	Rekapitulasi Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 5.13	Uji Autokorelasi.....	80
Tabel 5.14	Nilai Koefisien Regresi	81
Tabel 5.15	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (F).....	83
Tabel 5.16	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (T)	84
Tabel 5.17	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	86
Tabel 5.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi Pertanian Terhadap Produk Domestik Bruto 5 Tahun Terakhir.....	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru .	59
Gambar 5.1 Uji Normalitas.....	75
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	78



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Penelitian
- Lampiran 4 Dokumentasi



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa negara di wilayah Asia Tenggara merupakan negara agraris, salah satunya adalah negara Indonesia, dimana sektor pertanian memegang peran yang cukup penting bagi perekonomian negara tersebut. Namun akibat serangan wabah virus Corona (Covid-19) pada tahun 2019 mengakibatkan beberapa sektor mengalami kendala, terutama bidang kesehatan. Tak hanya bidang kesehatan saja yang terganggu namun seluruh bidang juga merasakan hal yang sama, baik itu bidang ekonomi, transportasi, pertanian, dan sosial. Sebagai sektor yang memegang peran penting dalam perekonomian negara agraris, sektor pertanian tentu mengalami dampak negatif akibat pandemi Covid-19 tadi.

Di negara Malaysia, imbas Covid-19 pada bidang pertanian ditandai dengan menurunnya jumlah tenaga kerja, supply chain bermasalah, sulit menjual produk hasil pertanian, dan dilarangnya kegiatan ekspor. Sementara di Filipina, supply chain dari petani ke konsumen juga mengalami gangguan terlebih adanya anjuran lockdown. Di negara Laos sendiri tidak jauh berbeda dengan dua negara sebelumnya, dimana pandemi memberikan dampak negatif berupa kurangnya permintaan terhadap produk petani, distribusi dibatasi serta melonjaknya harga beras dan daging. Untuk Thailand, dampak pandemi yang paling dirasa adalah menurunnya ekspor produk pertanian dimana sangat disayangkan hal ini terjadi mengingat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

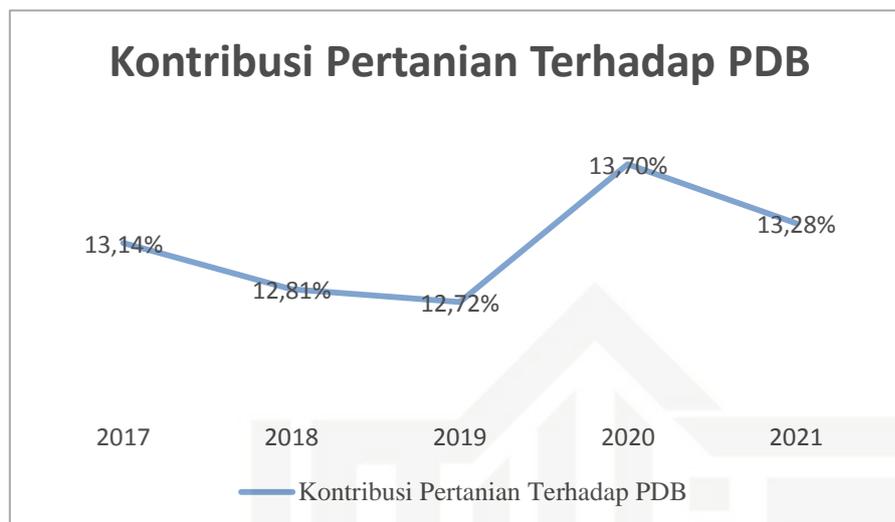
ekspor menjadi bagian terpenting dalam perkembangan pertanian di negara tersebut. Sedangkan di negara kita Indonesia, dampak dari pandemi ini adalah meningkatnya harga input, supply chain yang terganggu, dan berkurangnya permintaan produk pertanian tertentu terutama produk tersier (<https://www.umy.ac.id/pertanian-asia-tenggara-pasca-pandemi-covid-19>).

Meskipun sektor pertanian terganggu, di Indonesia sektor ini masih mampu menopang perekonomian dan memberikan kontribusi yang besar di masa pandemi. Salah satu katup pengaman ekonomi Indonesia adalah sektor pertanian. Pertanian terus berkembang secara positif bahkan ketika beberapa industri lain mengalami pertumbuhan negatif. Akibatnya, penurunan ekonomi Indonesia melambat, dan ekonomi Indonesia secara keseluruhan mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2020. Industri pertanian naik 2,59 persen (yoy) pada tahun 2020, menurut Badan Pusat Statistik (BPS).. Kontribusi pertanian pada Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 13,70 persen pada tahun itu dan menjadi yang terbesar kedua setelah industri pengolahan. Kontribusi sektor pertanian terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus tumbuh positif dan cukup meningkat setelah pandemi Covid-19 mereda. Berikut disajikan grafik kontribusi pertanian terhadap PDB :

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Badan Pusat Statistik diolah 2022

Gambar 1.1
Kontribusi Pertanian Terhadap Produk Domestik Bruto 5
Tahun Terakhir

Banyak perusahaan dibidang ini menciptakan berbagai macam produk mulai dari pestisida hingga alat-alat pertanian yang dapat menunjang pekerjaan para petani di Indonesia. Hal ini tentu mengakibatkan persaingan yang cukup sengit antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Agar perusahaan dapat menyaingi kompetitor sejenis maka perusahaan harus menciptakan produk yang konsumen butuhkan pada dibidang ini.

PT Dharma Guna Wibawa merupakan salah satu produsen yang menjadi jawaban berbagai tantangan diindustri agribisnis karena bergerak dalam bidang agrochemicals, pestisida, penyedia benih tanaman dan alat-alat pertanian. PT Dharma Guna Wibawa didirikan di Jakarta pada bulan November 2001 dan merupakan perusahaan *join venture* dengan Hextar Chemicals Sdn, Bhd. Malaysia. Dengan pengalaman kurang lebih selama 21

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahun sekaligus dukungan fasilitas manufaktur yang memadai dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia, 1.600 tenaga agronomist, 50 brand unggulan dan juga jaringan distribusi yang kuat DGW Group siap menjadi solusi terdepan bagi pertanian Indonesia. (dgw.co.id)

Berikut disajikan daftar produk yang dipasarkan PT Dharma Guna Wibawa di wilayah Riau:

Tabel 1.1
Daftar Nama Produk Beserta Kategori Produk yang Dijual PT DGW
Cabang Pekanbaru-Riau

NO	PRODUCT	CATEGORY
1	Abolisi 865 SL	Herbicide
2	Ametox 500 SC	Herbicide
3	Avatar 400 SC	Herbicide
4	Baruna 245 SL	Herbicide
5	Batara 135 SL	Herbicide
6	Chalenger 276 SL	Herbicide
7	Daimex 80 WP	Herbicide
8	Inteam 150 SL	Herbicide
9	Supremo 480 SL	Herbicide
10	Supretox 276 SL	Herbicide
11	Trail 240 EC	Herbicide
12	Trendy 20 WG	Herbicide
13	Triester 480 EC	Herbicide
14	Triester Gold 670 EC	Herbicide
15	Venator 550 SC	Herbicide
16	Astonish	Plant Nutrient
17	Divine 600	Plant Nutrient
18	Leili2000	Plant Nutrient
19	Rootmost	Plant Nutrient
20	Softguard	Plant Nutrient
21	Spreader	Adjuvant
22	Balistic 50 SC	Insecticide
23	Capture 50 EC	Insecticide
24	Capture 100 EC	Insecticide
25	Chlormite 400 EC	Insecticide
26	Cozy 250 EC	Insecticide
27	Dangke 40 WP	Insecticide
28	Delouse 200SL	Insecticide
29	Delouse 25 WP	Insecticide

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

30	Demolish 18 EC	Insecticide
31	Detonator 20 WP	Insecticide
32	Foltus 400 SL	Insecticide
33	Klensect 200 EC	Insecticide
34	Manthene 75 SP	Insecticide
35	Provide-X 21/45 SC	Insecticide
36	Rahwana 500 EC	Insecticide
37	Ranevo 30/250 EC	Insecticide
38	Anilo 60 WP	Moluscicide
39	Bestnoid 60 WP	Moluscicide
40	Bestnoid Gold 70 WP	Moluscicide
41	Raptor 100 PA	PGR
42	Xilaw 0.005 BB	Rodenticide
43	Benlox 50 WP	Fungicide
44	Chemicide 70 WP	Fungicide
45	Corona 325 SC	Fungicide
46	Cozeb 80 WP	Fungicide
47	Dense 520 SC	Fungicide
48	Dense 70WP	Fungicide
49	Explore 250 EC	Fungicide
50	Procure 20 WP	Fungicide
51	Ventra 75 WP	Fungicide

Sumber: PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru-Riau

Untuk menyalurkan produk agar sampai ke tangan retailer dan konsumen akhir, seorang produsen tentu membutuhkan sebuah perantara yang disebut dengan distributor. Tugas utama seorang distributor adalah mengoptimalkan promosi serta menjaga kualitas dan keamanan produk mulai dari gudang penyimpanan hingga ke tangan konsumen retailer maupun konsumen akhir. Bangun Sahabat Tani (BST) merupakan perusahaan distribusi dari DGW Group yang bertugas mendistribusikan bermacam-macam barang agro suplai mulai dari pestisida, benih, pupuk, sprayer, dan mulsa sejak tahun 2011. Kini BST mempekerjakan 300 karyawan, 15 cabang distribusi dengan 5 region utama yaitu wilayah Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Jawa, Bali dan Kalimantan. Untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cabang distribusi Pekanbaru-Riau yang masuk kedalam region Sumatera Utara, PT Dharma Guna Wibawa memiliki 4 distributor yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Nama Distributor PT DGW Cabang Pekanbaru-Riau

No	Nama Distributor	Keterangan
1	PT Bangun Sahabat Tani (BST)	Distributor Internal
2	PT Mandala Agro Sentosa	Distributor Eksternal
3	CV Hidayah Tani	Distributor Eksternal
4	CV Green Acc	Distributor Eksternal

Sumber: PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru-Riau

Untuk meningkatkan volume penjualan dan menjangkau konsumen diseluruh segmentasi pasar, biasanya produsen akan menjalin kerja sama dengan para pengecer atau disebut dengan *Retailer*. *Retailer* atau toko ritel adalah perusahaan yang memfokuskan penjualan produk ke konsumen akhir untuk penggunaan individu atau rumah tangga (Julina dan Hayani, 2019:46).

Demi mempermudah proses pedistribusian produk, distributor PT Dharma Guna Wibawa wilayah Pekanbaru-Riau menjalin kerja sama dengan *retailer* penyedia bahan-bahan dan alat-alat pertanian yang ada di wilayah Riau. *Retailer* tersebut diberi kebebasan untuk mengambil produk dari distributor baik internal maupun eksternal. Berikut daftar *retailer* yang menjual produk PT DGW :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan buku, dan sebagainya.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Tabel 1.3
Daftar Retailer Penjual Produk PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru-Riau Tahun 2022

NO	NAMA TOKO	PEMILIK	ALAMAT
1	Acc Baru	Juli	Jl. M.Siap No. 21 Rt 005 Rw 004 - Tembilahan
2	Agro Cipta Mandiri	Hanif	Jl. Pematang Reba - Pekan Heran Km 4 Pematang Reba Inhu
3	Al Tani	Aden Dewandono	Jl. Syekh Ahmad Bunda Rt. 002 Rw. 001 Petai Baru Singingi Kab. Kuantan Singingi Riau
4	Aneka Tani	Supri	Jl. Jeruk No. 49 Rt 009, Kel. Rimba Sekampung, Kec. Dumai Kota, Kota Dumai, Riau
5	Anugerah Tani	Darmayanti	Jl. Lintas Timur Rt. 18 Rw. 07 Bukit Agung Pangkalan Kerinci Pelalawan
6	Anugrah Tani	Miswandi	Pasar Tengah Tembilahan Kota Indra Giri Hilir
7	Azka Tani	Raja Zulham	Sungai Rumbio
8	Baringin Tani	Ris	Km.5 - Rumbai Jaya Kec Kempas Kab Indragiri Hilir
9	Bastian Tani	Bastian	Dsn 1 Ps. Kampar Rt.01 Rw.01 Kampar
10	Berkat Tani	Alfian	Jl. Lintas Timur. Sorek I Pangkalan Kuras Kab. Pelalawan
11	Bina Sejahtera	Sugeng	Ds Temusai Bunga Raya Siak. Siak Sri Indrapura
12	Bina Usaha Tani	Sunardi	Simpang Tiga Kemuning Muda Kec Bungaraya Kab. Siak
13	Cahaya Tani	Yudianto	Pasar Baru Rt/Rw 002/004 Des. Sukaramai Kec. Tapung Hulu

14	Cahaya Tani	Yudianto	Jl. Riau Gg Harapan Ii Rt. 013/003 Tampan Tapan Kota Pekanbaru
15	Cv. Sultan Tani	Ernawati	Pasar Ukui Kec. Ukui Kab. Indragiri Hulu
16	Cv. Tani Tengah Sawah	Ricky Iwanda	Jl. Kertama I Perum Mutiara Kertama Blok D No. 3 Rt. 002 Rw. 007 Maharatu
17	Era Jaya Tani	Jeffry	Jl. Garuda Sakti Km.3.5
18	Fajar Tani	Nurudin Rahman	Jl. Hangtuah Rt 01 Rw 01 Kel Bunga Raya Kec Bunga Raya
19	Harapan Tani	Tri Wahyudi	Kp. Buatan Lestari Rk 2 Kec. Bunga Raya - Siak
20	Harapan Tani 2	Pera Susanti	Pasar Minggu, Kandis Riau
21	Idlan Tani	Andi	Jl. Tranpol Kec. Ujung Batu Kab. Rokan Hulu
22	Karya Tani	Irwan Nasution	Ujung Tanjung - Rohil – Riau
23	Karya Tani 2	Edrita	Pasar Ujung Batu Kp Baru Atas Kec. Ujung Batu Kab Rokan Hulu
24	Karya Tani 3	Iwan	Pasar Rumbio Kec Kampar Kab. Kampar
25	Karya Tani 4	Parlindungan Harahap	Pasar Minggu Km. 79 Kandis Rt. Rw. Sam-Sam Kandis
26	Lucky & Twins	M. Khairul Anam	Sp V Buana Jalur 07 Rt 13 Rw 04 Kec Tapung Hilir Kab Kampar
27	Maria Tani	Daniel Hutagaol	Dusun Iii - Bukit Kesuma Rt. 005 Rw. 006 Kesuma Pangkalan Kuras
28	Mataniari Jaya	Ari	Jl. Melati Kel. Simpang Baru Kec. Tampan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

29	Mitra Tani	Juskamar	Jl. Batin Selapan Rt/Rw 001 / 001 Pinggir Kec. Pinggir Kab. Bengkalis
30	Mitra Tani 2	Syafrizal	Pasar Keritang Kec Kemuning - Indragiri Hilir
31	Mitra Tani 3	Usnan Nasution	Jl. Tuanku Tambusai Ps Due Bangun Jaya Kec Tambusai Utara - Rokan Hulu
32	Mitra Tani Jaya	Hasan Basri Nasution	Hubugoti Rt. 001 Rw. 001 Sungai Kumango Tambusai Kab. Rokan Hulu Riau
33	Ngatani	Siti Mariam	Jl. Pertamina Pasar Rawang Kao Lubuk Dalam. Siak
34	Pancar Tani	Ardani	Jl.Hoscokro Aminoto No.23 Kel Sekip Hulu Kec. Rengat - Indragiri Hulu
35	Pelita Tani	Junaidi	Jl. Pasir Putih Kubang Raya Km. 6 - Pekanbaru
36	Pt. Rupal Tani Mandiri	Samwito	Jl.Prof M.Yamin No. 145 Kec Dumai Kota - Dumai
37	Raja Bina Tani	Rohaya	Jl. Proklamasi No. 5 D Taluk Kuantan Kab Kuantan Singingi
38	Sahabat Tani	Kasirin	Jln. Pasar Sidomulyo Km.18 Kec Mandau - Bengkalis
39	Samudra Tani	Yasman	Jl Lintas Samudra Desa Ranau Rambah Sincalang Km. 2 Batang Gangsal - Indragiri Hulu
40	Sinar Tani	Ahmad Safari	Jl Lintas Bungaraya Rk 2
41	Sinar Tani 2	H. Iriardi	Jl. Sudirman Ujung Batu Rokan Hulu Riau
42	Sinar Tani 3	Edy Nata	Jln. Simp. Geroba Kec Mandau - Bengkalis
43	Subur Tani	Idawati	Pasar Sorek Satu Rt/Rw 001/002 Kel. Sorek Satu Kec. Pangkalan Kuras Kab. Pelalawan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

44	Sumber Rezeki	Sahuri	Jl Pasar Dayun - Siak Sri Indrapura
45	Sumber Tani	Sumianto	Pasar Minggu - Kandis – Riau
46	Tani Maju	Yuswin Ashari	Jl. Raya Kandis Rt. 002 Rw. 003 Sam-Sam
47	Taniku	Rafli Nuari	Tembilahan - Kempas Jaya
48	Toko Tani Maju	Lokot	Jln. Lintas Petapahan / Suram Simp. Pasar Sp 3 Bukit Kemuning
49	Tomi Jaya Tani	Hendri	Jln. Poros Dk 3 - Krubung Jaya Kec Batang Cenaku - Indragiri Hulu
50	Ud. Agrimart Sejahtera	M. Shohibul Ahsan	Jl. Lintas Timur Km.72 Pasar Baru - Pangkalan Kerinci Pelalawan
51	Ud. Alif Tani	Muhammad Alif	Jl. Lintas Timur No. 415 Pangkalan Kerinci - Pelalawan
52	Ud. Berkat Tani	Muhidin	Jl. Lintas Baa. Lenggadai Hulu
53	Ud. Faizah Tani	Muhammad Faishal	Jl. Prof. M. Yamin No. 05 Kel. Bangkinang Kota Kec. Kota Bangkinang Kab. Kampar
54	Ud. Gemilang Tani	Masnur	Dusun Cubadak No. Rt 001 Rw 002 Ds. Muara Uwai Kec. Bangkinang Seberang
55	Ud. Lambadia Tani	Daniel Parlindungan Sirait	Simp.Skpd Rt.003 Rw.002 Desa Rambah Kec Rambah Hilir - Rokan Hulu
56	Ud. Nur Tani	Yuhendri	Dalu Dalu Kel.Tambusai Tengah Kec Tambusai - Rokan Hulu
57	Ud. Saprodi Pilar Tani	Dodi Saputra	Jl. Pahlawan Kerja No. 36 Maharatu, Marpoyan Damai - Pekanbaru
58	Ud. Sbi Tani	Iskandar Muda S	Jl. Lintas Timur Desa Terantang Manuk Kec Pangkalan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan, atau untuk tujuan yang serupa.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

			Kuras - Pelalawan
59	Ud. Taniku	Dwi Nur Cahyono	Karya Mukti Rt.03 Rw.02 Karya Mukti, Rimba Melintang
60	Ud. Taniku 2	Mugi Basuki	Jl. Lintas Bagan Siapi - Api Teluk Pulau Hilir - Rokan Hilir

Sumber: PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru-Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika kita lihat ada begitu banyak jumlah *retailer* PT. Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru-Riau. Untuk mempertahankan kerja sama yang sudah terjalin, PT Dharma Guna Wibawa harus mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan para konsumen *retailer*. Apabila *retailer* merasa puas tentu akan memberikan dampak positif bagi PT Dharma Guna Wibawa berupa pembelian dan membentuk sebuah loyalitas konsumen.

Dalam proses mencapai kepuasan konsumen *retailer* terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh PT Dharma Guna Wibawa, salah satunya adalah dengan menyediakan produk yang lengkap mulai dari pestisida, pupuk, benih tanaman hingga sprayer dan mulsa. Karena semakin lengkap jenis produk yang ditawarkan produsen maka *retailer* tidak perlu menghabiskan banyak waktu kesana kemari untuk mencari produk yang mereka butuhkan dan bisa saja *retailer* puas terhadap perusahaan.

Selain produk yang lengkap, PT Dharma Guna Wibawa juga memberikan promo-promo menarik seperti diskon potongan harga, memberikan souvenir berupa kaos dan kalender, pemberian *reward* apabila target penjualan terpenuhi dan lain sebagainya agar *retailer* senang berbelanja kepada distributor yang kemudian akan menghasilkan *feedback* yang saling menguntungkan kedua belah pihak. *Retailer* akan mendapatkan produk dengan potongan harga dan distributor dan distributor akan mendapatkan margin.

Faktor di atas akan lebih optimal untuk memuaskan *retailer* jika didukung dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkualitas secara tidak langsung mencerminkan seberapa tinggi distributor menghargai para *retailernya*. Salah satu bentuk layanan yang diberikan produsen kepada para *retailer* adalah dengan memberikan bantuan untuk menjual barang-barang yang masih menumpuk di toko agar cepat habis dan memenuhi target penjualan *retailer* tersebut. Selain itu, para distributor juga mengantarkan barang langsung mulai dari gudang hingga ke toko *retailer*. PT Dharma Guna Wibawa juga menunjuk seorang *Sales Supervisor* yang bertugas melakukan promosi dan mengawasi persediaan barang sekaligus volume penjualan toko-toko *retailer* di wilayah kerja masing-masing.

Bersumber pada penjabaran belakang permasalahan di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RETAILER PADA PT. DHARMA GUNA WIBAWA CABANG PEKANBARU ”**

1.2. Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang penelitian ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah *Sales Promotion* berpengaruh *signifikan* terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh *signifikan* terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru?
4. Apakah Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan berpengaruh *signifikan* secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen Retailer pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru?

1.3. Tujuan Penelitian

Bersumber permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* *Sales Promotion* terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *signifikan* Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi kepentingan peneliti, hasil penelitian ini merupakan media untuk menambah Wawasan terkait ilmu yang baru peneliti dapatkan yang kemudian diaplikasikan kedalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan masukan betapa pentingnya Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* yang kemudian dapat diimplementasikan dalam bentuk strategi untuk meningkatkan laba.
3. Bagi Universitas, penelitian disini memiliki hasil yang mana hasil tersebut bisa dipakai menjadi tambahan referensi dibidang kepuasan konsumen *retailer* sekaligus bisa dipakai untuk peneliti lainnya menjadi referensi penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penelitian

Pembahasan didalam penelitian ini dibagi menjadi 6 bagian yang mana ditiap pembahasan saling berhubungan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I isinya mengulas dan mendeskripsikan dari permasalahan, perumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian sekaligus sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab II isinya mengulas dan mendesripsikan teori untuk menunjang memecahkan permasalahan penelitian, penelitian terdahulu, konsep pemikiran variabel penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bagian inilah mencakup apa yang menentukan dimana lokasi penelitiannya, waktu penelitiannya, jenis serta sumber data penelitiannya, populasi serta sampel penelitiannya, teknik serta metode terkumpulkan datanya beserta analisis datanya. Sehingga bisa diketahui sejumlah sampel yang bisa diambil oleh penulis, teknik dan metode beserta analisis apa yang cocok guna dipakai pada penelitian ini.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Memberikan tinjauan dengan umumnya tentang objek yang sedang dilakukan penelitian yang mencakup sejarah dari objek penelitian, seperti apa kegiatan objek penelitian, serta struktur organisasinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Jabaran umum hasil dari penelitian serta pembahasan dari permasalahan yang sama terhadap variabel yang diteliti.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Di bagian inilah termuat pernyataan oleh peneliti tentang perbaikan untuk masa depan yang mana berkaitan pada masalah penelitian, tentunya berisikan mengenai kesimpulan pula.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Pemasaran

Manajemen dan pemasaran adalah dua kata yang membentuk manajemen pemasaran. Secara bahasa asal kata manajemen ialah “to manage” yang berarti mengatur dan secara etimologi manajemen merupakan ilmu dan seni tentang mengendalikan sistem pemanfaatan segala sumber daya yang tersedia secara efisien serta efektif untuk memenuhi tujuan yang ingin dicapai suatu organisasi (Wijoyo et al., 2020:1).

Aktivitas industri yang bertujuan mengenali keinginan dan juga kebutuhan konsumen yang selanjutnya dipenuhi oleh industri demi mempertahankan kelangsungan hidup industri tersebut agar terus tumbuh dan dapat memenuhi kepuasan konsumen agar menciptakan feedback yang saling menguntungkan, baik untuk industri ataupun pelanggan dapat disebut sebagai pemasaran.

Bagi **Kotler dan Keller (2016:27)** pemasaran didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi serta memenuhi kebutuhan manusia juga sosial.

Sedangkan **American Marketing Association (AMA)** menjelaskan pemasaran merupakan aktivitas mengelola lembaga, metode untuk menciptakan, mengkomunikasikan, mengimplementasikan, dan bertukar penawaran yang mempunyai nilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum”.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasar pendapat yang disampaikan **Kotler dan Keller (2016:27)** manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu menentukan target pasar, memperoleh, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen serta menciptakan, menyampaikan, dan menginformasikan nilai unggul kepada pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan manajemen pemasaran ialah ilmu yang menjelaskan tentang seluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan mulai dari mengidentifikasi, merencanakan, menciptakan kemudian menawarkan produk hasil ciptaan perusahaan kepada konsumen untuk mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2.2. Bisnis Ritel

2.2.1. Pengertian Bisnis Ritel

Ritel disebut sebagai *retailer* dalam bahasa Prancis, yang berarti memotong atau membagi sesuatu. Bisnis ritel adalah praktik penjualan barang dan jasa kepada pelanggan akhir secara langsung untuk penggunaan pribadi dan non-komersial.

Dalam bahasa Perancis ritel disebut dengan *retailer* yang berarti memotong atau memecah sesuatu. Aktivitas perdagangan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen akhir secara langsung untuk kepentingan pribadi dan bukan kepentingan bisnis dikenal dengan sebutan bisnis ritel (**Utami, 2010:5**).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Retailing adalah seluruh kegiatan berupa menjual barang atau jasa tidak untuk pemakaian bisnis melainkan untuk pemakaian pribadi konsumen akhir (Kotler & Keller, 2016:549).

Dari penjelasan di atas kesimpulannya ialah bisnis ritel termasuk sebuah bisnis yang menawarkan dan menjual produknya ke tangan konsumen akhir secara langsung untuk penggunaan pribadi dan bukan untuk dijual kembali.

2.2.2. Jenis-Jenis Ritel

Secara umum, bisnis ritel dipisahkan menjadi ritel konvensional dan ritel modern. Ritel konvensional bentuknya sederhana, tempatnya tidak besar, produk yang dijual relatif sedikit jenisnya, teknik administrasinya masih sangat sederhana, dan masih ada proses tawar-menawar.

Sementara itu, retail modern menawarkan wilayah yang luas, berbagai barang dijual, sistem administrasi dibuat dengan sangat baik, memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, harga jual suatu barang ditetapkan tanpa proses tawar-menawar, dan barang-barang ditampilkan di rak dengan tujuan agar pembeli dapat melihat, memilih, bahkan mencoba sebelum akhirnya membeli.

Kotler & Keller (2016:552) membagi usaha ritel menjadi 10 tipe, yaitu:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Specialty Store* (Toko Khusus), ialah toko dengan pilihan produk yang terbatas namun memiliki banyak pilihan, seperti toko pakaian atau toko buku.
2. *Departement Store* (Toko Serba Ada), ialah toko yang menawarkan bermacam-macam lini produk dan setiap lini produk bekerja sebagai divisi yang berbeda.
3. *Supermarket* (Pasar swalayan), ialah sebuah toko yang volume penjualannya besar, berbiaya rendah, berprofit rendah, dan dimaksudkan untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen mulai dari makanan, pakaian, dan barang-barang rumah tangga.
4. *Convinience Store* (Toko Kelontong), ialah toko kecil yang terletak di lingkungan sekitar, buka setiap hari, dan menghadirkan deretan barang dengan omzet besar.
5. *Discount store* (Toko Diskon), ialah toko memperdagangkan barang berbiaya rendah dan mengambil keuntungan sedikit untuk membangun jumlah transaksi yang tinggi.
6. *Off-Price Retailer* (Pengecer Potongan Harga), adalah toko yang menawarkan harga lebih murah dari harga eceran. Umumnya itu adalah produk sisa yang berlebih dan tidak laku.
7. Toko Obat (*drug store*) merupakan toko yang menjual produk bidang kesehatan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. *Extreme value or hard-discount store* (Toko Diskon Keras), adalah toko kecil dengan barang terbatas yang dijual dengan harga murah dan biasanya hanya sedikit.
9. *Superstore* yaitu toko dengan tempat yang sangat luas, dan memiliki jenis barang yang lebih lengkap dari *supermarket*.
10. *Catalog showroom* (Ruang Pamer Katalog), yaitu toko yang menjual barang-barang merek lokal yang berkualitas dengan harga terjangkau namun marginnya tinggi.

2.3. Kepuasan Konsumen

2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Istilah Latin "*satis*" merupakan akar dari kata bahasa Inggris "*fulfillment*" dan itu berarti "cukup" atau memenuhi harapan, kebutuhan, atau keinginan tanpa mengajukan keberatan apapun (Crow et., all, 2003) dalam (Priansa, 2017:197).

Kotler Keller (2016:153) mendeskripsikan kepuasan sebagai sensasi kegembiraan atau ketidakpuasan individu setelah membandingkan barang atau kinerja yang tampak dengan harapan mereka. Pelanggan tidak puas ketika pengalaman tidak sesuai harapan. Ketika harapan terpenuhi, klien puas; ketika harapan terlampaui, klien akan sangat puas atau bahagia.

Tjiptono (2014:354) menyebutkan bahwa perasaan yang muncul dalam diri seseorang sesudah mengevaluasi seberapa baik kinerja atau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

performa suatu produk dibandingkan dengan ekspektasi atas produk tersebut disebut dengan kepuasan konsumen.

Priansa, (2017:197) dalam bukunya menyebutkan bahwa definisi kepuasan dan ketidakpuasan menurut **Zeithaml dan Bitner (2008)** yaitu ketidaksesuaian antara persepsi atau kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kasmir (2017:236) mengartikan kepuasan konsumen sebagai ekspektasi yang dirasakan konsumen ketika membeli sebuah produk. Artinya konsumen ingin produk yang dibelinya sesuai dengan harapannya. Perbandingan harapan dan kenyataan ini yang kemudian akan menentukan tingkat kepuasan konsumen. Adapun tingkat kepuasan konsumen yaitu sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, kepuasan konsumen menurut peneliti ialah perasaan konsumen ketika membandingkan harapannya sebelum mengonsumsi sebuah produk dengan hasil yang diterima setelah mengonsumsi produk tersebut. Konsumen akan senang jika barang yang mereka beli sesuai dengan harapan mereka, dan hal yang sebaliknya juga berlaku.

2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Tjiptono dan Candra (2011) dalam **Priansa (2017:209)** menyebutkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Produk

Didalam produk, hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai kepuasan konsumen meliputi jenis produk, kualitas produk dan ketersediaan produk.

2. Harga

Tingkat kepuasan konsumen pada harga dipengaruhi oleh harga yang sesuai dengan nilai jual produk, variasi harga atas sebuah produk.

3. Promosi

Kemampuan perusahaan menyampaikan manfaat suatu produk kepada konsumen.

4. Lokasi

Tingkat kepuasan konsumen pada lokasi meliputi letak usaha, kecepatan dan ketepatan transportasi.

5. Pelayanan Karyawan

Faktor ini meliputi segala tingkah laku karyawan dalam melayani konsumen.

6. Fasilitas

Segala bentuk perantara untuk menunjang kelancaran usaha yang berhubungan dengan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Suasana

Karena pelanggan akan puas dengan sendirinya jika bisnisnya mengesankan, faktor pendukungnya adalah suasana. Aliran udara, kenyamanan dan keamanan adalah bagian dari penilaian mendasar.

2.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Berikut alternative alat ukur kepuasan kosumen berdasar pada pendapat Kotler dan Keller (2012) yang dikutip oleh Priansa (2017:203).

1) Metode Keluhan dan Saran

Alternative pertama yaitu dengan menyediakan kotak saran atau *customer hot line* sebagai wadah konsumen untuk menyampaikan keluhan, saran, dan kritik

2) Pembeli Bayangan

Pada metode ini pihak perusahaan meminta beberapa orang tertentu untuk melakukan pembelian ke perusahaan competitor untuk melihat kelemahan dan keunggulan pelayanan yang diberikan.

3) Survei Kepuasan Konsumen

Survei ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan melalui wawancara atau kuesioner terkait pelayanan yang perusahaan berikan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Analisis Konsumen yang Beralih

Metode berikut dilakukan dengan menggali informasi dari pelanggan yang dulunya loyal terhadap perusahaan namun sekarang sudah tidak lagi dalam artian pelanggan sudah tidak pernah membeli lagi. Perusahaan dapat memberikan pertanyaan penyebab mereka tidak datang dan tidak pernah membeli produk perusahaan yang bersangkutan lagi.

2.3.4. Indikator Kepuasan

Berdasar pada pendapat Hawkins & Loney yang dikutip oleh **Tjiptono (2014:101)** menjabarkan indikator kepuasan konsumen ialah :

1) Kesesuaian Harapan

Yaitu sesuaianya harapan dengan kinerja yang dirasakan, terdiri dari :

- a. Produk yang diterima sepadan atau melampaui harapan konsumen.
- b. Pelayanan yang dirasakan sepadan atau melampaui harapan konsumen.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sepadan atau melampaui harapan konsumen.

2) Minat Berkunjung Kembali

Yaitu keinginan konsumen untuk kembali mengunjungi atau kembali membeli produk terkait, terdiri dari :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Tertarik untuk kembali karena pelayanan karyawan memuaskan.
 - b. Terdorong untuk kembali karena nilai dan keuntungan dari penggunaan produk.
 - c. Tertarik untuk kembali karena fasilitas bantuan yang memadai.
- 3) Bersedia Merekomendasikan
- Pelanggan bersedia merekomendasikan produk yang telah mereka gunakan kepada teman dan keluarga, termasuk:
- a. Menyarankan orang terdekat untuk membeli produk yang disediakan karena mereka senang dengan layanan yang diberikan.
 - b. Menyarankan kerabat terdekat untuk membeli produk yang diberikan karena senang dengan fasilitas yang diberikan.
 - c. Mendesak teman atau anggota keluarga untuk membeli produk karena manfaat atau nilai yang didapat setelah merasakan produk layanan.

2.4. Kelengkapan Produk**2.4.1. Pengertian Kelengkapan Produk**

Kelengkapan produk mengacu pada keragaman produk yang berkaitan dengan kedalaman, keluasan, dan kualitas barang yang disajikan serta ketersediaannya tiap saat di toko (Utami, 2010:162).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut pendapat Kotler, (2009:42) dalam (Anjarwan, 2018:50) kemampuan setiap jenis produk yang ditawarkan produsen untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan dikenal sebagai Kelengkapan produk.

Berarti kelengkapan produk ialah ketersediaan bermacam-macam produk yang perusahaan tawarkan kepada konsumen mulai dari merek, ukuran, jenis, warna, harga, varian untuk digunakan sebagai media pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2.4.2. Indikator Kelengkapan Produk

Indikator kelengkapan produk menurut Raharjani (2005) dalam (Rahayu, 2018:9) yaitu sebagai berikut:

- a. Keragaman produk
- b. Variasi produk
- c. Ketersediaan produk
- d. Macam – macam merek yang tersedia

2.5. Sales Promotion

2.5.1. Pengertian Sales Promotion

Bauran promosi berjangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong pembeli agar lebih cepat melakukan pembelian disebut dengan *Sales promotion*. Ketika iklan atau penjualan personal mengisyaratkan “beli”, promosi penjualan mengisyaratkan “beli sekarang” (Kotler & Armstrong, 2018:496).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

American Marketing Association (AMA) dalam **Somad & Priansa, (2014:245)** menjelaskan promosi penjualan termasuk jenis dorongan pemasaran yang dilakukan melalui media dan bukan media yang pelaksanaannya terbatas pada waktu tertentu. Tujuan promosi penjualan adalah mendorong pelanggan untuk mencoba suatu produk, meningkatkan permintaan pelanggan, atau mendemonstrasikan kualitas produk.

Insentif sementara yang dikenal sebagai promosi penjualan dapat membujuk pelanggan untuk membeli produk atau layanan. Iklan hanya menyoroti manfaat pembelian produk, sedangkan promosi penjualan menyoroti keuntungan melakukan pembelian instan (**Nugraha, et. al., 2021:138**).

Dapat disimpulkan bahwa *Sales promotion* ialah media promosi jangka pendek untuk mempromosikan barang atau jasa, menarik sekaligus mendorong konsumen agar segera melakukan pembelian produk yang perusahaan tawarkan.

2.5.2. Indikator *Sales Promotion*

Alat-alat *sales promotion* untuk pengecer menurut **Kotler & Armstrong (2018: 500)** terdiri dari 3 alat yaitu sebagai berikut:

1. *Price-Off (off-invoice or off-list)*

Ialah pengurangan langsung dari harga jual untuk setiap pembelian yang dilakukan selama jangka waktu tertentu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Allowance*

Ialah imbalan yang diberikan kepada pengecer karna setuju untuk menampilkan produk produsen.

3. *Free Goods*

Ialah imbalan tambahan kepada pengecer yang melakukan pembelian dalam jumlah dan ukuran tertentu. Imbalan tersebut dapat berupa uang tunai atau hadiah kepada pengecer untuk mendorong peningkatan penjualan. Perusahaan juga dapat memberi item khusus secara gratis yang membawa nama perusahaan seperti kaos, pena, kalender, buku memo, senter, tas jinjing dll.

2.6. Kualitas Layanan

2.6.1. Pengertian Kualitas Layanan

Keadaan suatu hal baik itu produk, sumber daya, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan konsumen disebut dengan kualitas (Garvin, 1988) dalam **Indrasari (2019:54)**.

American Society mendefinisikan kualitas sebagai totalitas fitur, karakter, pelayanan dari sebuah produk yang mampu memuaskan kebutuhan yang dinyatakan secara tersirat (**Kotler & Keller, 2016:156**).

Pelayanan *atau service* sendiri dapat diartikan sebagai tindakan tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan yang dilakukan oleh

individu maupun kelompok untuk membentuk kepuasan kepada konsumen atau sesama karyawan (**Kasmir, 2017:47**).

Dalam **Indrasari (2019:61)**, Tjiptono (2011) mengatakan kualitas layanan merupakan upaya mencapai harapan dan kepuasan konsumen melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Dalam buku **Indrasari (2019:61)**, Kotler dan Amstron (2012:681) menjelaskan bahwa semua fitur dan ciri-ciri yang ada pada sebuah produk atau jasa yang mendukung kapasitasnya untuk secara langsung atau tidak langsung memuaskan kebutuhan pelanggan dianggap sebagai kualitas layanan.

Kesimpulannya, tindakan tidak berwujud yang perusahaan lakukan agar kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi disebut dengan kualitas layanan.

2.6.2. Indikator Kualitas Layanan

Service Quality atau kualitas layanan (akronimnya SERVQUAL) merupakan metode deskriptif untuk menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Zeithamal, Berry dan Parasuraman dalam (**Suhartanto et al., 2017:134**) dengan 5 (lima) dimensi berikut ini kepuasan konsumen dapat diukur.

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Dimensi ini meliputi karyawan perusahaan, peralatan toko, fasilitas fisik, dan fasilitas komunikasi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Keandalan (*Reliability*)

Kapasitas bisnis untuk memenuhi janjinya kepada pelanggan dikenal sebagai keandalan. Pelayanan tersebut antara lain memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan, artinya memberikan pelayanan yang cepat, adil dan simpatik kepada seluruh pelanggan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Aspek ini terkait dengan tindakan perusahaan untuk memberikan layanan kepada pelanggan secara tepat waktu dan cepat (responsif), serta kemampuan karyawan untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan pelanggan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Hal ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk membangun rasa percaya dan yakin dibenak pelanggan. Untuk mencapai dimensi ini, pekerja diharapkan memiliki informasi, kemurahan hati dan kemampuan untuk menangani masalah yang dapat terjadi kapan saja.

e. Empati (*Empathy*)

Dalam hal ini, bisnis dituntut untuk dapat berkomunikasi secara efektif dengan klien, menawarkan perawatan individual, dan memahami permintaan mereka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7. Hubungan Antar Variabel

2.7.1. Hubungan Variabel Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Ketersediaan bermacam-macam produk yang perusahaan tawarkan kepada konsumen mulai dari merek, ukuran, jenis, warna, harga, varian untuk digunakan sebagai media pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen disebut kelengkapan produk.

Mengutip pendapat Tjiptono dan Candra (2011) didalam buku **Priansa (2017:209)** menjelaskan bahwa salah satu elemen yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah produk. Jenis produk, kualitas produk, dan ketersediaan produk menjadi dasar dari evaluasi ini. Oleh karena itu, seorang produsen harus dapat memuaskan pelanggan dengan mahir dalam empat hal, yaitu keragaman produk, variasi produk, merek produk yang berbeda, dan ketersediaan barang yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan **Fuadi et al., (2022)** dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro)” menunjukkan variabel kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Indikator kelengkapan produk yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah keragaman produk yang dijual.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7.2. Hubungan Variabel *Sales Promotion* terhadap Kepuasan Konsumen

Promosi merupakan bagian terpenting bagi sebuah perusahaan. Karena melalui sebuah promosi perusahaan dapat menginformasikan, mempengaruhi, merayu dan mengingatkan konsumen akan produk yang ditawarkan suatu perusahaan. *Sales Promotion* atau Promosi Penjualan merupakan bagian dari bauran promosi. Saat konsumen mendapatkan *sales promotion* atas pembelian sebuah produk, contohnya berupa potongan harga maka akan timbul rasa kepuasan tersendiri bagi konsumen tersebut karena berhasil mendapatkan penawaran menarik.

Mengutip pendapat Tjiptono dan Candra (2011) didalam buku **Priansa (2017:209)** menjelaskan bahwa elemen lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah promosi. Promosi yang dimaksud disini ialah kemampuan perusahaan menyampaikan manfaat suatu produk kepada konsumen. Oleh karena itu, seorang produsen harus dapat memuaskan pelanggan dengan memberikan promosi-promosi sesuai dengan yang konsumen inginkan.

Menurut penelitian yang dilakukan **Hutagalung (2018)** dengan judul "Pengaruh Bentuk Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bagi Pengguna Member Biru Indogrosir Di Jakarta" yang mengungkapkan bahwa jenis promosi penjualan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan pengguna kartu indogrosir blue member Jakarta. Hal ini didasarkan pada jenis promosi penjualan yang digunakan oleh Indogrosir yang meliputi promosi silang untuk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengguna member Blue serta diskon, kupon, premi, atau hadiah. Kategori diskon termasuk jenis promosi penjualan dengan nilai validitas paling tinggi.

7.3. Hubungan Variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kemampuan sebuah perusahaan dalam memuaskan konsumennya memiliki manfaat tersendiri bagi perusahaan. Diantaranya ialah meningkatnya loyalitas konsumen, mencegah konsumen berpindah ke kompetitor, meminimalisir rasa sensitif pelanggan akan kenaikan harga, meminimalisir pengeluaran biaya-biaya tidak terduga akibat kegagalan pemasaran, serta meningkatkan efektivitas komunikasi perusahaan (Suhartanto dkk, 2017:139).

Agar perusahaan mampu menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus peka terhadap faktor-faktor yang dapat membangun kepuasan konsumen. Menurut Zeithaml, Valarie, dan Bitner, berbagai elemen, termasuk kualitas produk, layanan pelanggan, harga, atribut pribadi konsumen, dan lingkungan tempat pembelian atau konsumsi, mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, menurut Parasuraman dkk., mengukur kepuasan pelanggan mencakup faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan faktor pribadi juga. Faktor-faktor ini merupakan bagian dari model kepuasan pelanggan dan biasanya diukur dengan alat yang disebut SERVQUAL (Suhartanto dkk, 2017:140).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan penelitian **Nanincova (2019)** dengan berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro" mendukung hal tersebut. Kepuasan pelanggan di Noach Cafe & Bistro sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang paling penting adalah dimensi yang tangible. Dengan jumlah meja dan kursi yang cukup, Noach Cafe & Bistro menawarkan kepada para pengunjungnya lingkungan yang menyenangkan dan instagramable. Karena Noach Cafe & Bistro memberikan suasana yang nyaman dan khas, kesediaan konsumen untuk merekomendasikannya kepada orang lain adalah tanda terpenting dari kepuasan pelanggan. Ketika makanan dan minuman yang disediakan memenuhi harapan mereka, pelanggan juga senang.

2.8. Pandangan Islam terhadap Kepuasan Konsumen

Sejauh mana keunggulan suatu produk dapat memenuhi harapan klien dikenal sebagai kepuasan konsumen. Utilitas atau nilai guna dalam ilmu ekonomi mengacu pada kesenangan seseorang dalam mengonsumsi sebuah produk dalam artian konsumen membeli manfaat daripada sebuah produk baik barang atau jasa. Hal ini akan memberikan efek positif ketika konsumen senang dengan keunggulan produk atau layanan yang mereka dapatkan. Konsumen yang senang akan menceritakan kepada orang-orang terdekatnya tentang manfaat yang telah dirasakannya, dan tanpa disadari

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mereka akan membantu mempromosikan barang atau jasa yang telah diperolehnya dari orang lain.

Untuk memperoleh rasa ridha, seorang muslim harus mengutamakan beberapa faktor, antara lain mengkonsumsi barang halal yang tidak *israf* (royal) atau *tabzir* (mubazir). Akibatnya, kepuasan seorang muslim ditentukan oleh seberapa besar nilai ibadah yang diterima dari produk yang telah dikonsumsi.

Didalam islam, aktivitas mengonsumsi produk dibatasi oleh kehalalan dan keharaman sesuai syara'. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 87 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”(QS. Al-Maidah:87)*

Serta firman Allah dalam ayat Al-Quran surah Al-Furqan ayat 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(pembelajaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian.”(QS. Al-Furqan:67)

Ayat di atas menekankan bahwa Allah melarang hamba-Nya dari sikap dan perbuatan yang melampaui batas atau berlebihan dalam hal apapun.

2.9. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun), Vol, Jurnal, hal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wardhatul Mufidah, (2021), Jurnal Ekonomi Mahasiswa, Vol. 2. No. 3 Mei 2021 ISSN 2715-9094 Hal 1-9 (Mufidah, 2021)	Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tugu Gede Mayong	Hasil penelitian memperlihatkan bahwasannya Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada toko Tugu Gede Mayong.
2	Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil, (2019), Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.1 Februari 2019: 175 - 182 P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165. (Ibrahim & Thawil, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MNC Vision	a. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen MNC Vision b. Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen MNC Vision
3	Maretta Ginting, (2015), Jurnal	Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	Manajemen Bisnis STEI IBBI, Vol. 23 NO.1 Januari 2015 ISSN 18583199 Hal. 10-19 (Ginting & Saputra, 2018)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor)	variabel Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan pasar tradisional di kecamatan Medan Johor
5	Nisa Widia, Sulistyandari, Fitri Ayu Norfida (2021) Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal 3(1) October 2021	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Guardian Store Pekanbaru	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Kualitas Pelayanan dan Promosi dan kelengkapan produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian
6	Sulistiyo Anjarwan, (2018), Jurnal Ekobis Dewantara, Volume 1 No. 1 Maret 2018. Hal 48-59	Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba Dm Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta	Kelengkapan produk, dan Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
7	Andrea Herianto, Lily Harjati, dan M.Fuad (2018) Jurnal Ekonomi Perusahaan Vol. 24 No. 2 September 2017 ISSN: 0854 – 8153 Hal 134-144 (Herianto et al., 2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart Di Sunter	a. Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. b. Promosi Penjualan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
7	Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, dan Dian Riskarini, (2021), Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila Vol. 1 No.1 Maret 2021 e - ISSN 2775-9679 p - ISSN 2774-9525 Hal. 27-39	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee	Variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan promosi secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	(Pramesti, 2021)		
8	Mila Yuni Pratiwi, Hendri Soekotjo, dan Triyonowati, (2019), Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi Vol.3 No.2 Agustus 2019 e-ISSN 2502-4175 Hal. 232-244 (Pratiwi et al., 2019)	Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Idjen Premier Sports Club Dimalang (<i>The Effect Of Sales Promotion And Service Quality To Customer Satisfaction And Customer Loyalty On Idjen Premier Sports Club On Malang</i>)	<ol style="list-style-type: none"> a. Promosi Penjualan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Idjen Premier Sports Club . b. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Idjen Premier Sports Club . c. Promosi Penjualan memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Idjen Premier Sports Club .
9	Dani Adriansyah dan Marheni Eka Saputri, (2020), <i>Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry</i> Vol. 3 No. 3 ISSN: 2620-777X Hal. 123-128 (Adriansyah & Saputri, 2020)	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung	<ol style="list-style-type: none"> a. Promosi Penjualan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Go-Food di Kota Bandung. b. Keputusan Pembelian memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Go-Food di Kota Bandung. c. Promosi Penjualan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Go-Food di Kota Bandung.
10	Lailatul Muazidah, Sugeng Rianto, dan Bonita Prabasari, (2022), Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 20 N0.2 April 2022 P-ISSN: 1412-5331, E-ISSN: 2716-2532 Hal.148-159	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Toko Pertanian Ud. Digma (Tani)	<ol style="list-style-type: none"> a. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. b. Variabel promosi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. c. Variabel variabel Kualitas Pelayanan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Muazidah et al., 2022)		<p>memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.</p> <p>d. Variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelim.</p> <p>e. Variabel keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.</p>
-------------------------	--	--

2.10. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah respom bersifat tidak tetap pada perumusan permasalahan penelitian, oleh karenanya perumusan permasalahan umumnya menggunakan pertanyaan. Disebut sementara dikarenakan jawabannya baru berdasar teori relevan serta belum sesuai dasar berbagai kenyataan empiris yang didapatkan dengan terkumpulnya data (Sugiyono, 2019:99).

Dalam penelitian yang dilakukan ini, terdapat hipotesis seperti berikut:

- a. H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- b. H_1 : Diduga terdapat pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh *Sales Promotion* terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- d. H_2 : Diduga terdapat pengaruh *Sales Promotion* terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- e. H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- f. H_3 : Diduga terdapat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- g. H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru
- h. H_4 : Diduga terdapat pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

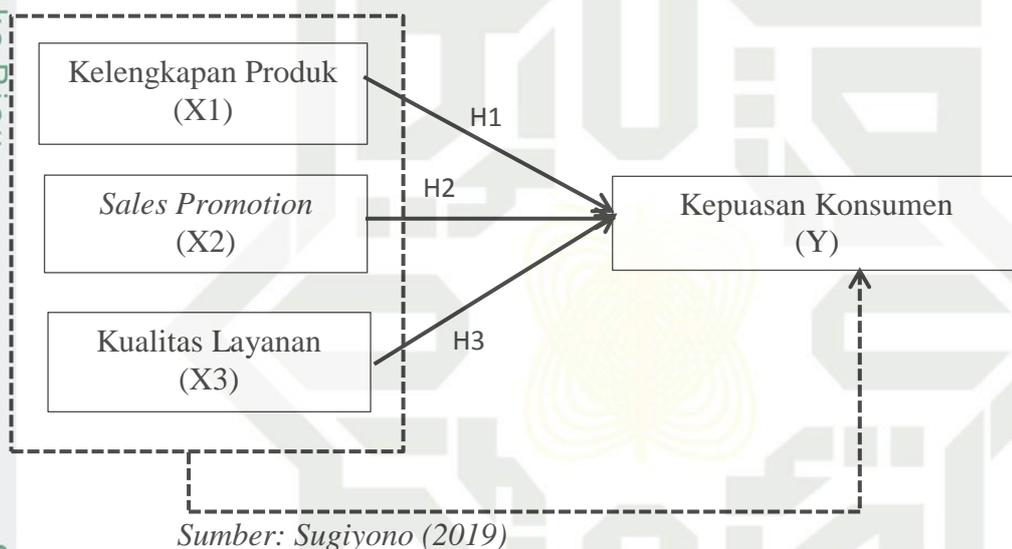
2.11. Kerangka Pemikiran

Penyusunan gabungan dari berbagai teori tentang hubungan antar variabel yang telah diuraikan disebut dengan kerangka berpikir (Sugiyono, 2019:96).

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas

Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru”, berikut peneliti sajikan paradigma penelitian yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian.

Gambar 2.1
Paradigma Penelitian



Keterangan Gambar :

—————> : Pengaruh Secara Parsial
 - - - - -> : Pengaruh Secara Simultan

2.12. Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Tabel 2. 2

Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah sensasi kegembiraan atau ketidakpuasan individu setelah membandingkan	1) Kesesuaian Harapan 2) Minat Berkunjung Kembali 3) Kesiediaan Merekomendasikan	Likert

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		barang atau kinerja yang tampak dengan harapan mereka. Pelanggan tidak puas jika kinerja atau pengalaman tidak sesuai harapan. Ketika harapan terpenuhi, klien puas; ketika harapan terlampaui, klien akan sangat puas atau bahagia (Kotler dan Keller, 2016:153).	Menurut Hawkins & Loney dalam (Tjiptono, 2014:101)	
	Kelengkapan Produk (X1)	Kemampuan setiap jenis produk yang ditawarkan produsen untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan dikenal sebagai Kelengkapan produk. Kotler, (2009:42) dalam (Anjarwan, 2018:50)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi produk yang dijual 3. Ketersediaan produk yang dijual 4. Macam – macam merek yang tersedia Menurut Raharjani (2005) dalam (Rahayu, 2018:9)	Likert
	<i>Sales Promotion</i> (X2)	Bauran promosi berjangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong pembeli agar lebih cepat melakukan pembelian disebut dengan <i>Sales promotion</i> . Ketika iklan atau penjualan personal mengisyaratkan “beli”, promosi penjualan mengisyaratkan “beli sekarang” (Kotler & Armstrong,	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Price-Off</i> (<i>off-invoice or off-list</i>) 2. <i>Allowance</i> 3. <i>Free Goods</i> Menurut Kotler & Armstrong (2018: 500)	Likert

		2016:496).		
	Kualitas Layanan (X3)	Kualitas layanan merupakan semua fitur dan ciri-ciri yang ada pada sebuah produk atau jasa yang mendukung kapasitasnya untuk secara langsung atau tidak langsung memuaskan kebutuhan pelanggan . Kotler dan Amstrong (2012:681) dalam (Indrasari, 2019:61)	1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) Menurut Zeithamal, Berry dan Parasuraman dalam (Suhartanto dkk, 2017:134)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti pilih dalam penelitian ini ialah PT Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru dan dimulai pada Oktober tahun 2022 hingga April tahun 2023.

3.2. Jenis dan Sumber data

Pada penelitian ini, peneliti membutuhkan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu kumpulan data yang berasal langsung dari lapangan dengan memberikan kuisisioner pernyataan kepada reponden tentang Pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa.

b. Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh melalui perantara atau dengan kata lain tidak langsung misalnya catatan, buku, arsip dan lain sebagainya disebut data sekunder (Ahyar et al., 2020:247).

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan media berupa kuisisioner atau angket.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner ialah teknik penghimpunan data dari responden melalui daftar pernyataan yang mereka jawab (Sugiyono, 2019:199).

Pada penelitian ini peneliti membuat daftar pernyataan terkait Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | bernilai 5 |
| 2. Setuju (S) | bernilai 4 |
| 3. Netral (N) | bernilai 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | bernilai 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | bernilai 1 |

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah kawasan ataupun wilayah tergeneralisasi dimana mencakup objek maupun subjek dengan karakteristik dan kualifikasi khusus yang diberlakukan bagi peneliti untuk ditelaah lantas dibuat kesimpulan disebut dengan populasi (Sugiyono, 2019:126). Populasi pada penelitian ini yaitu para *Retailer* yang terdaftar di PT Dharma Guna Wibawa cabang Pekanbaru tahun 2022 dengan jumlah 60 *retailer*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2. Sampel

Wakil atau sebagian dari populasi disebut sebagai sampel. Apabila populasi banyak, dan penelitian tidak memungkinkan untuk mengidentifikasi seluruh populasi dikarenakan keterbatasan sumber daya, maka peneliti diperbolehkan mempergunakan sampel dari populasi (Sugiyono, 2019:127).

Umumnya metode pengambilan sampel dibedakan atas dua jenis, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability Sampling* dipakai saat adanya kesamaan peluang dalam tiap unsur atau anggota populasi pilihan untuk anggota sampel, sedangkan *Nonprobability Sampling* dipakai saat tidak adanya kesamaan peluang dalam tiap unsur ataupun anggota dari populasi guna terpilihnya menjadi sampel.

Dalam proses melaksanakan, peneliti menggunakan teknik *Sensus* atau *Sampling Total* dalam *Nonprobability Sampling* untuk menentukan jumlah sampel. Metode *Sensus* sendiri merupakan cara penentuan sampel yang seluruh populasinya dijadikan sebagai sampel penelitian. Penelitian dengan total populasi tidak mencapai 100 orang alangkah lebih baik menggunakan metode sensus, oleh sebab itu semua populasi tersebut dapat dijadikan sampel untuk memberikan informasi (Sugiyono, 2019:134).

Oleh sebab itu, didalam penelitian ini banyaknya sampel yang dijadikan responden penelitian sejumlah 60 *retailer* di mana jumlah tersebut sama dengan jumlah populasi.

3.5. Teknik Analisis Data

Metodologi penelitian diperlukan untuk mencari jawaban atas suatu permasalahan utama dengan menghasilkan jawaban baik dan fokus. Metodologi penelitian yang peneliti gunakan yaitu kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang berdasarkan pada filosofi positivisme yang selanjutnya diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2019:17). Tujuan pengumpulan data yaitu menguji hipotesis dan instrument penelitian tentang pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden.

3.6. Uji Instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Untuk menguji seberapa baik sebuah instrument yang di susun untuk mengukur konsep tertentu disebut dengan uji Validitas. Uji validasi adalah suatu cara untuk menentukan tingkat keabsahan sebuah instrumen. Instrument disebut valid ketika secara akurat mampu mengukur dan menjelaskan kuesioner penelitian (Ghozali, 2021:66).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketentuan pengujian validitas:

- a. Instrument valid ketika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b. Instrument tidak valid ketika $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi mengukur kekonsistenan tanggapan responden terhadap pertanyaan tentang dimensi suatu variabel yang dituangkan kedalam bentuk angket (Ghozali (2021:61). Uji Cronbach alpha digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Nilai pada tabel alpha dan r dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen penelitian.

Kriteria uji reliabilitas:

- a) Suatu instrumen disebut reliabel dan akurat jikalau menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60
- b) Suatu instrumen disebut tidak reliabel jikalau menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya pengujian normalitas ialah untuk mengidentifikasi apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu ataupun residual memiliki distribusi yang wajar. Secara umumnya, bisa diamati bahwasannya uji T dan F memberi asumsi bahwasannya nilai residual mengikuti distribusi normal. Jikalau melanggar asumsi, oleh

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karenanya uji statistik dikatakan tidak valid pada keseluruhan sampel yang kecil (Ghozali, 2021:196).

Dasar ketentuan:

- a) Apabila titik-titik menyebar disekeliling garis diagonal dan searah dengan garis diagonal maka asumsi normalitas terpenuhi.
- b) Apabila titik-titik tidak menyebar disekeliling garis diagonal dan tidak searah dengan garis diagonal maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Cara lainnya adalah dengan melihat nilai *kolmogorov smirnov* pada spss. Bila angka signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut memenuhi uji normalitas dalam artian penyebaran datanya normal. Dan bila signifikan kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak memenuhi uji normalitas dalam artian penyebaran datanya tidak normal.

3.7.2. Uji Multikolonieritas

Ghozali (2021:157) menjelaskan bahwa untuk menguji apakah ditemukan korelasi antar variabel bebas pada model regresi perlu dilakukan uji multikolonieritas.

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengamati *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil uji SPSS tiap variabel. Kriteria keputusan yaitu sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Apabila tolerance melebihi 0,1 atau VIF kurang dari 10, maka multikolonieritas tidak terjadi.
- b. Apabila angka tolerance kurang dari 0,1 atau VIF lebih dari 10, maka gejala multikolonieritas terjadi.

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengidentifikasi apakah model regresi terdapat atau tidaknya kesamaan variance dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya maka perlu dilakukan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2021:178).

Didalam bukunya Ghozali (2021:183) menjelaskan metode untuk menguji apakah regresi linear berganda mengalami heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai yang diharapkan dari variabel dependen, khususnya SRESID, dan residual error yaitu yaitu ZEPRED. Jika titik-titik sumbu Y menyebar secara merata baik di atas dan di bawah angka 0 serta tidak ada pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4. Uji Autokorelasi

Pada model regresi linier perlu dilakukan pengujian untuk mendeteksi adanya korelasi di model regresi linier antara kesalahan pengganggu di periode t serta kesalahan pengganggu di $t-1$ atau sebelum dilakukannya analisis data. Masalah autokorelasi terjadi ketika ada korelasi. Jika tidak terdapat autokorelasi dalam regresi tersebut, maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Cara untuk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendeteksi autokorelasi adalah melalui uji *Durbin-Watson* (**Ghozali, 2021:62**).

Dasar penentuan keputusan ada tidaknya autokorelasi menurut **Ghozali (2021:62)** yaitu:

1. Apabila $dw < dL$ atau $dw > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan ditemukan gejala autokorelasi
2. Apabila $dU < dw < 4-dU$ maka H_0 diterima dan tidak ditemukan gejala autokorelasi.
3. Apabila $dL < dw < dU$ atau $4-dU < dw < 4-dL$ berarti tanpa kesimpulan

3.8. Uji Regresi Linear Berganda

Umumnya analisis regresi linier berganda diartikan sebagai metode untuk mengetahui hubungan fungsional linear antara satu variabel respon (Y) dengan dua atau lebih variabel prediktor (X). Model ini berspekulasi bahwa ada hubungan antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (**Sulistiyowati & Astuti, 2017**). Rumus untuk uji regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

- Y : Kepuasan Konsumen
 α : Konstanta

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X_1	: Kelengkapan Produk
X_2	: <i>Sales Promotion</i>
X_3	: Kualitas Layanan
β_1	: Koefisien regresi untuk variabel Kelengkapan Produk
β_2	: Koefisien regresi untuk variabel <i>Sales Promotion</i>
β_3	: Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan
ε	: <i>Error</i>

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maka perlu dilakukan uji T. Tujuan dilakukannya uji T ini ialah untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Kelengkapan Produk (X_1), *Sales Promotion* (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3).

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji T ialah :

- a. Jikalau $t_{hitung} > t_{tabel}$ ataupun $sig < \alpha$ oleh karenanya: H_0 ditolak, H_a diterima. Bisa dikatakan bahwasanya ada pengaruh secara parsial antara Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ ataupun $sig > \alpha$ maka: H_0 diterima, H_a ditolak. Bisa dikatakan bahwasanya tidak ada pengaruh secara parsial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.

3.9.2. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk memvalidasi model regresi dan menentukan apakah semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh bersama terhadap variabel dependen

Taraf signifikan (α) dalam penelitian ini ialah 0,05. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jikalau F hitung lebih dari F tabel, ataupun sig kurang dari 0,05 oleh karenanya adanya pengaruh X simultan pada variabel Y.
- b. Jikalau F hitung kurang dari F tabel, ataupun sig lebih dari 0,05 oleh karenanya tidak ada pengaruh X simultan pada variabel Y.

3.9.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dilakukannya uji koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengidentifikasi sejauh apa model tersebut mampu ketika menjabarkan variasi variabel dependen. Besaran R^2 dimulai dari angka 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R^2 atau bahkan hampir mencapai angka satu maka variabel X mampu menjelaskan hampir keseluruhan informasi guna memperkirakan variasi variabel dependen. Begitu sebaliknya, semakin nilai R^2 menjauh dari angka 1 maka semakin terbatas variabel X mampu menjabarkan variasi variabel Y (Ghozali, 2021:147).

Di bawah ini disajikan ketentuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan atau korelasi antar variabel.

Tabel 3.1
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017 : 231)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat PT Dharma Guna Wibawa

PT Dharma Guna Wibawa merupakan salah satu dari banyak perusahaan yang bergerak dibidang agrochemicals pertanian yang berfokus pada pengembangan pertisida. Berdiri di Jakarta sejak November 2001, PT Dharma Guna Wibawa merupakan perusahaan joint venture dengan Hextar Chemichals Sdn Bhd, Malaysia yang telah berpengalaman dalam bidang agrochemicals selama 25 tahun.

Pada April 2002 PT Dharma Guna Wibawa mulai melakukan pemasaran di Lampung dengan produk pertamanya yaitu supremo. Di tahun 2003, PT DGW kembali meluncurkan 2 produk pestisida sekaligus yakni Klensect dan Supretox yang kembali menunjukkan performa yang sangat bagus. Pada tahun 2005 Demolish mulai diperkenalkan sebagai insektisida yang ampuh untuk menangani serangan ulat dan kutu-kutuan, kemudian diikuti dengan peluncuran Dangke pada 2007. Selanjutnya market share pun semakin berkembang hingga ke Sulawesi yang kemudian dijadikan sentra dan distributor tunggal produk PT DGW untuk wilayah Indonesia Timur. Hingga tahun 2011 PT Dharma Guna Wibawa telah memiliki 11 distributor di seluruh Indonesia.

Pabrik PT Dharma Guna Wibawa yang berada di Bogor dan Bekasi memiliki kapasitas produksi mencapai 2.000 per bulan. Agar kapasitas diri

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karyawan dan pimpinan perusahaan semakin meningkat, PT Dharma Guna Wibawa rutin melakukan pengembangan dan pelatihan. Saat ini DGW memasarkan lebih dari 40 merk pestisida dengan lebih dari 80 merk yang sudah terdaftar. PT DGW terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk terkini yang dapat memberikan nilai tambah terhadap petani.

4.2 Visi dan Misi PT Dharma Guna Wibawa

4.2.1 Visi PT Dharma Guna Wibawa

Meningkatkan perekonomian di area pedesaan melalui teknologi.

- a. Fokus kami adalah membantu dan memberdayakan perekonomian di pedesaan menjadi lebih baik
- b. Melalui beragam produk dan teknologi, kami hadir untuk memberi dampak positif bagi perekonomian di pedesaan

4.2.2 Misi PT Dharma Guna Wibawa

Memberi solusi dan menjadi market leader di bisnis sarana pertanian

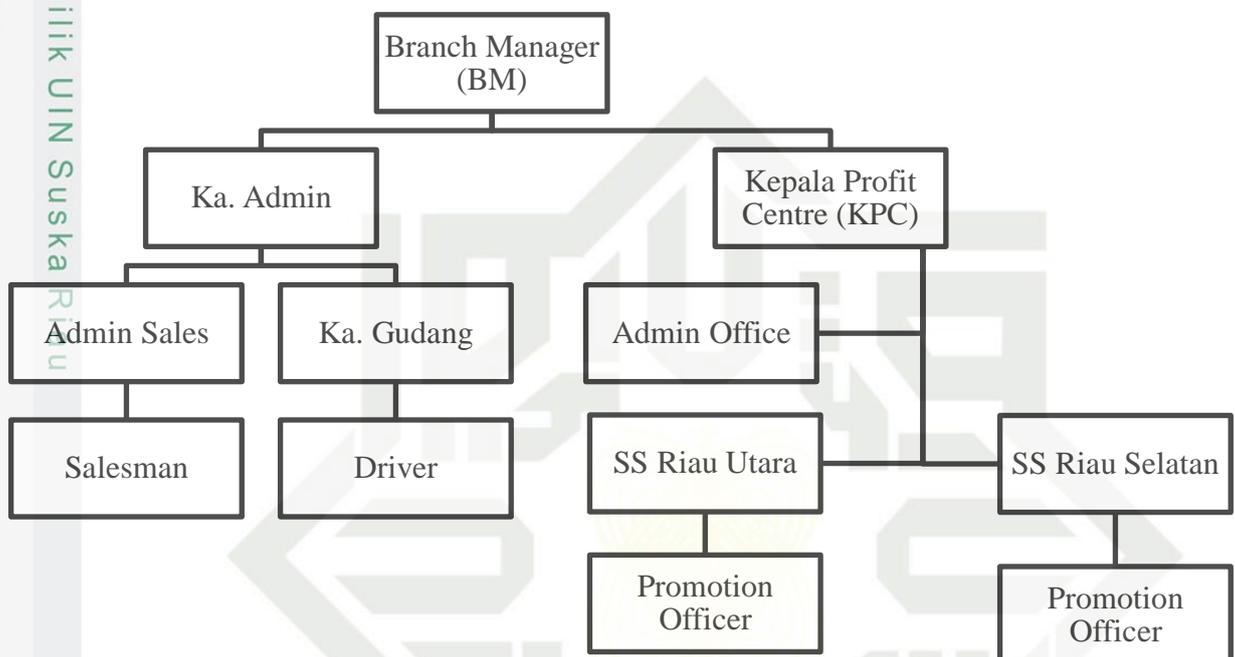
- a. Menyediakan solusi akan kebutuhan ataupun persoalan yang dihadapi di industri pertanian melalui produk-produk andalan kami
- b. Solusi komprehensif mulai dari benih, pupuk, agrochemicals, dan alat-alat pertanian yang dibutuhkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur Organisasi PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru



Tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan di atas ialah sebagai berikut:

1. *Branch Manger*

Tugas seorang *branch manager* ialah mengamati dan mengkoordinir dan mengembangkan aktivitas operasional, manajemen resiko, mengobservasi kinerja karyawan dan mengatasi setiap masalah yang terjadi pada kantor cabang.

2. *Ka. Admin*

Tugas seorang admin ialah mencatat seluruh asset perusahaan, membantu kepala cabang mengumpulkan data yang diperlukan,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memastikan SOP berjalan dengan baik, dan mengkoordinir seluruh team agar efektif dan efisien dalam bekerja.

3. *Kepala Profit Centre*

Di PT Dharma Guna Wibawa, kepala regional divisi pemasaran adalah kepala pusat laba, atau KPC. Berdasarkan pembagian wilayah kerja, KPC bertugas mengatur, mengevaluasi, dan mengaudit semua laporan penjualan dari supervisor penjualan di setiap wilayah yang telah ditentukan.

4. *Ka. Gudang*

Tugas seorang kepala gudang adalah mengamati dan mengkoordinir operasional gudang, memeriksa persediaan barang di gudang, memastikan aktivitas keluar masuk barang berjalan lancar.

5. *Admin Office*

Tugas seorang *admin office* ialah melakukan pencatatan seluruh dokumen penjualan dan promosi yang kemudian didokumentasikan, serta melakukan audit laporan dari seluruh PO.

6. *Driver*

Tugas seorang *driver* ialah mengantar produk DGW ke berbagai daerah di Riau

7. *Sales Supervisor (SS)*

Tanggung jawab dari *Sales supervisor* ialah memonitor dan mengevaluasi kinerja para PO. *Sales supervisor* juga bertanggung jawab melakukan promosi dan memonitor persediaan barang dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah penjualan para pedagang besar di wilayah kerja masing-masing.

8. *Promotion Officer*

Tugas seorang *Promotion officer* (PO) ialah membantu *Sales supervisor* dalam mempromosikan produk PT. DGW ke pedagang kecil sekaligus membuat kesepakatan antara perusahaan dengan pedagang besar

4.4 Program Kerja PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru

Program kerja masing-masing profit centre tidak sama di setiap daerah. Hal ini dilakukan mengingat kondisi sosial ekonomi dan kualitas daerah setempat berbeda-beda di setiap wilayah Indonesia. Untuk Program kerja PT DGW wilayah Pekanbaru yaitu :

1. Gathering R1 & R2

Jadwal kerja enam bulanan ini melibatkan pengumpulan R1 (Pedagang Besar) dan R2 (Pedagang Kecil). Program ini berfungsi sebagai alternatif bertukar pendapat untuk mengatasi masalah yang dihadapi R1 dan R2 selama menjual produk PT DGW..

2. Program Produk Fokus untuk R2

Tujuan program ini ialah mempermudah R2 dalam melakukan penjualan produk PT. DGW. Dikarenakan permintaan pasar produk DGW setiap wilayah berbeda, maka di tiap wilayah ditetapkan

produk fokus sesuai dengan potensi komoditas di wilayah tersebut agar tidak ada yang dirugikan,

3. Program Tour

Program ini berupa pemberian *reward* kepada pedagang R1 dan R2 yang dapat menjual produk PT DGW dengan jumlah tertentu sesuai dengan yang ditetapkan oleh PT DGW.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Sesuai hasil dari menganalisis data beserta bahasan yang ada dalam Bab V bisa ditarik simpulan seperti dibawah ini:

1. Secara parsial Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru. Semakin lengkap produk yang PT Dharma Guna Wibawa tawarkan kepada *retailer*, maka semakin meningkat pula Kepuasan Konsumen *Retailer* PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.
2. Secara Parsial *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru. Semakin banyak *Sales promotion* yang PT Dharma Guna Wibawa berikan kepada *retailer*, maka semakin meningkat pula Kepuasan Konsumen *Retailer* PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.
3. Secara Parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru. Semakin baik kualitas pelayanan yang PT Dharma Guna Wibawa berikan kepada *retailer*, maka semakin

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkat pula Kepuasan Konsumen *Retailer* PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.

4. Secara simultan Kelengkapan Produk, *Sales Promotion*, dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.

6.2. Saran

Sesuai dari hasil penelitian yang telah dilakukan, bahasan beserta simpulan yang didapat pada penelitian ini, oleh karenanya ada saran untuk melengkapi pada perusahaan dan penelitian selanjutnya ialah :

1. Untuk variabel Kelengkapan Produk yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaiknya PT Dharma Guna Wibawa semakin melengkapi jenis produk yang sekiranya belum ada dipasaran. Hal ini dilakukan agar konsumen semakin tertarik untuk membeli produk PT Dharma Guna Wibawa dan yang kemudian akan menjadi alternatif untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen *Retailer* PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.
2. Untuk variabel *Sales Promotion* yang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaiknya PT Dharma Guna Wibawa semakin meningkatkan pemberian potongan harga setiap *retailer* melakukan pembelian, memberikan souvenir yang lain, dan memberikan bonus secara percuma sebagai imbalan karna *retailer* telah bersedia menampilkan produk PT Dharma Guna

Wibawa di toko ritel. Hal ini bertujuan agar konsumen semakin puas dan kerja sama yang telah terjalin dapat semakin terjaga dan berlangsung dalam jangka waktu yang lama.

3. Untuk variabel Kualitas Layanan yang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sebaiknya PT Dharma Guna Wibawa lebih banyak memberikan perhatian terhadap toko-toko ritel baik yang mencapai target penjualan maupun yang tidak mampu mencapai target penjualan. Selain itu, PT Dharma Guna Wibawa juga dapat memaksimalkan proses pengantaran barang ke toko ritel dan menambah jumlah karyawan agar seluruh kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan melayani *retailer* dapat berjalan secara maksimal.
4. Bagi peneliti selanjutnya alangkah lebih baik jika menggunakan teknik penelitian yang berbeda, atau dapat juga menggunakan variabel yang lain yang tidak terdapat didalam penelitian ini. Sehingga kedepannya dapat memberikan referensi yang lebih baik untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daftar Pustaka

- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Al-Qur'an & Terjemah Dengan Penyambung Ayat. (2020). Surabaya:Alfasyam Publishing
- AMA. Definitions of Marketing. Diakses pada 1 Oktober 2022 dari <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Anjarwan, S. (2018). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 4 April 2018. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 12.
- Fuadi, S., Ambarwati, K., Suharto, & Suwanto. (2022). 0725311Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen [Pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro] . *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 311–322.
- Dgw.co.id. DGW Group. Diakses pada 29 September 2022, dari <https://www.dgw.co.id/>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Saputra, A. (2018). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(1), 10–19.
- Herianto, A., Harjati, L., & M.Fuad. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart Di Sunter. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 24(2), 134–144. <https://doi.org/10.46806/jep.v24i2.448>
- Hotagalung, M. (2018). *Pengaruh Bentuk Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bagi Pengguna Member Biru Indogrosir Di Jakarta*. 21(1), 64–76
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan*



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Julina., Nurrahmi Hayani. (2019). *Manajemen Distribusi dan Penjualan*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Kasmir. (2017). *customer Services Excellent Teori dan Praktik* (1 (ed.)). Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, L.K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Muazidah, L., Rianto, S., & Prabasari, B. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Guardian Store Pekanbaru*. 20(2), 148–159.
- Mufidah, W. (2021). Pengaruh kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko tugu gede mayong. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, 2(3), 149.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nugraha, J.P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati., Saloom, G., Rosmawati., Fathihani., Johannes, R., Kristia., Batin, M.H., Lestari, W.J., Khatimah, H., Beribe, M. F. (2021) *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management
- Pramesti, D. Y. . W. S. . & R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jimp*, 1(1), 27–39.
- Pratiwi, M. Y., Soekotjo, H., & Triyonowati. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Idjen Premier Sports Club di Malang. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi*, 3(2), 232–244. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JUMBO>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1), 74–86. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/564>
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Somad, R., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, W., Astuti, C.C., (2017). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jawa Timur: UMSIDA Press
- Tiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (T. E. S. Empat (ed.); 2nd ed.). Salemba Empat.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Indrawan, I., & Cahyono, Y. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi* (Issue C).



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth:

Bapak / Ibu / Saudara / i Responden

Di Tempat

Dengan hormat,

Saya Lestia Rini Saragih mahasiswi jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, *Sales Promotion* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Retailer* Pada Pt. Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru”.

Saya meminta kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini murni untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan tidak untuk tujuan lain. Untuk itu saya berharap Bapak / Ibu / Saudara / i menjawab setiap pernyataan dengan apa adanya, dalam arti benar-benar sesuai dengan kondisi Bapak / Ibu / Saudara / i dan tanpa pengaruh orang lain. Semua informasi yang diberikan dijamin kerahasiaannya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak / Ibu / Saudara / i untuk mengisi kuesioner ini. Atas partisipasi dan kerjasama Bapak / Ibu / Saudara / i saya mengucapkan Terima Kasih.

Hormat saya,

Lestia Rini Saragih

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nama : _____
- Nama Toko : _____
- Alamat : _____
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Usia : 15–24 tahun 45-54
 25-34 tahun 55-64
 35-44 tahun
- Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
 Pegawai Negeri / Swasta
 Wirausaha
 Lain-lain
7. Sudah Berapa lama bermitra dengan PT DGW? 1 Tahun ≥1 Tahun

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah sejumlah pernyataan dengan teliti.
2. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar atau salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
3. Berilah jawaban pada setiap pernyataan dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom jawaban.
4. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :

1. Sangat Setuju (SS)	bernilai 5
2. Setuju (S)	bernilai 4
3. Netral (N)	bernilai 3
4. Tidak Setuju (TS)	bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	bernilai 1

B. PERNYATAAN

Pilih jawaban yang paling Anda anggap sesuai, dengan memberikan tanda (√) pada kolom isian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kelengkapan Produk (X₁)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	PT DGW menyediakan beragam produk mulai dari pestisida, benih tanaman dan alat-alat pertanian					
2	PT DGW menyediakan produk yang bervariasi untuk tiap kategori produk.					
3	PT DGW memiliki persediaan produk yang memadai di gudang untuk memenuhi kebutuhan <i>retailer</i>					
4	Ada berbagai macam pilihan merek produk yang disediakan PT DGW					

2. Sales Promotion (X₂)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	PT DGW memberikan potongan harga setiap kali <i>retailer</i> melakukan pembelian.					
2	PT DGW memberikan imbalan kepada <i>retailer</i> berupa uang tunai atas tercapainya target penjualan selama periode yang telah ditentukan					
3	PT DGW memberikan barang-barang tambahan atau souvenir secara gratis seperti kaos,					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kalender, siker, mug dan lain sebagainya.						
---	--	--	--	--	--	--

3. Kualitas Layanan (X₃)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Fasilitas yang disediakan PT DGW seperti gedung bangunan dan gudang mudah ditemukan					
2	Seluruh staf PT DGW selalu sigap dan tepat waktu dalam melayani kebutuhan konsumen <i>retailer</i> .					
3	PT DGW selalu memberikan informasi yang dibutuhkan <i>retailer</i> , merespon keluhan <i>retailer</i> dan menyelesaikan keluhan tersebut.					
4	Para <i>retailer</i> merasa aman bekerja sama dengan PT DGW					
5	PT DGW selalu mengutamakan kebutuhan <i>retailer</i> dan memberikan perhatian individual kepada <i>retailernya</i> .					

4. Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Produk, promosi penjualan dan pelayanan yang diberikan PT DGW sesuai dengan harapan					
2	Saya selalu akan membeli					



UIN SUSKA RIAU

	kembali produk yang ditawarkan PT DGW. Saya juga akan terus menjadi mitra PT DGW					
3	Saya akan merekomendasikan PT DGW kepada para pengecer lainnya dan juga konsumen akhir					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner

NO	KELENGKAPAN PRODUK					SALES PROMOTION				KUALITAS LAYANAN					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
1	5	5	4	3	17	5	5	5	15	4	3	4	4	4	19
2	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	1	17
3	4	4	4	3	15	5	5	3	13	4	4	4	3	3	18
4	5	5	5	4	19	5	5	5	15	3	5	3	4	4	19
5	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
6	4	3	4	3	14	3	5	5	13	3	4	4	3	4	18
7	5	3	4	3	15	5	4	4	13	5	3	3	3	3	17
8	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18
10	5	4	4	5	18	5	3	5	13	4	4	4	4	3	19
11	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	4	3	3	3	18
12	4	3	4	4	15	4	4	3	11	5	4	3	3	4	19
13	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
14	5	4	5	4	18	4	4	4	12	4	4	2	3	1	14
15	5	4	5	5	19	5	5	3	13	5	4	3	3	4	19
16	3	3	4	3	13	4	4	4	12	4	3	4	3	3	17
17	5	5	4	3	17	5	5	5	15	4	4	3	4	4	19
18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	3	3	3	18
19	5	5	4	3	17	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
20	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	2	4	4	18
21	5	5	5	4	19	5	5	5	15	3	3	3	3	3	15
22	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	4	4	3	19
24	4	5	3	3	15	5	3	3	11	5	5	4	4	4	22
25	4	3	3	4	14	4	5	3	12	5	5	5	5	5	25
26	5	4	4	4	17	5	5	5	15	4	4	5	4	3	20
27	3	4	4	4	15	4	4	3	11	3	4	3	3	3	16

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic Univ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



28	4	3	5	5	17	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	20	5	5	4	14	3	3	3	5	4	18
30	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	4	3	3	3	17
31	4	5	5	4	18	4	5	5	14	3	4	3	4	4	18
32	5	4	4	4	17	5	4	2	11	3	3	3	2	2	13
33	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
34	3	3	5	4	15	3	3	3	9	5	4	3	3	2	17
35	5	5	4	3	17	5	5	5	15	4	4	4	3	3	18
36	4	4	4	3	15	5	4	4	13	4	3	3	3	3	16
37	4	4	4	4	16	4	5	4	13	5	3	3	3	3	17
38	5	5	5	4	19	5	5	4	14	4	4	4	4	2	18
39	5	3	4	5	17	5	5	5	15	3	3	3	3	3	15
40	3	4	3	3	13	4	4	4	12	5	5	3	3	3	19
41	5	5	5	5	20	5	4	4	13	4	4	4	4	3	19
42	5	5	3	4	17	5	5	4	14	4	3	3	3	2	15
43	4	3	3	5	15	4	4	5	13	5	4	4	4	3	20
44	5	4	3	2	14	3	3	2	8	5	4	4	4	2	19
45	5	4	3	3	15	5	4	4	13	4	4	5	4	3	20
46	4	3	5	5	17	5	5	5	15	4	4	3	3	3	17
47	4	3	5	5	17	4	4	4	12	3	3	2	3	3	14
48	4	4	4	5	17	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
49	4	3	5	3	15	5	3	3	11	4	4	3	3	3	17
50	5	5	4	3	17	5	5	5	15	3	5	4	4	3	19
51	4	4	4	4	16	5	5	4	14	3	3	3	3	3	15
52	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	3	3	3	2	15
53	4	3	3	3	13	3	3	3	9	5	4	4	2	3	18
54	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	3	5	20
55	5	4	4	5	18	4	5	5	14	5	4	4	3	3	19
56	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	3	4	4	19
57	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	4	2	3	17

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

58	4	4	4	3	15	5	3	3	11	4	4	4	4	3	19
59	4	4	4	4	16	5	5	4	14	3	4	3	3	1	14
60	5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	4	4	3	19



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN	KEPUASAN KONSUMEN			
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL
1	4	4	4	12
2	5	4	4	13
3	4	5	5	14
4	5	4	4	13
5	4	4	4	12
6	5	4	3	12
7	4	3	4	11
8	5	4	5	14
9	5	4	4	13
10	4	5	5	14
11	5	5	5	15
12	4	4	5	13
13	5	4	5	14
14	4	4	3	11
15	5	5	5	15
16	4	3	4	11
17	4	5	4	13
18	4	4	4	12
19	5	5	4	14
20	3	4	4	11
21	4	4	5	13
22	3	4	4	11
23	5	5	5	15
24	4	4	3	11
25	3	4	4	11
26	5	5	5	15
27	3	4	4	11
28	5	5	5	15
29	5	5	4	14
30	3	4	3	10
31	4	4	4	12
32	3	3	3	9
33	4	4	4	12
34	4	4	3	11
35	5	5	5	15
36	4	3	4	11
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	4	3	11

40	4	4	4	12
41	5	5	4	14
42	5	3	5	13
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	5	5	3	13
46	5	5	5	15
47	5	3	4	12
48	5	5	3	13
49	3	4	4	11
50	5	5	5	15
51	4	4	3	11
52	5	4	4	13
53	3	3	5	11
54	4	4	4	12
55	4	5	5	14
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	5	5	5	15

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 3. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	54	90.0	90.0	90.0
	Wanita	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-34	10	16.7	16.7	16.7
	35-44	31	51.7	51.7	68.3
	45-54	13	21.7	21.7	90.0
	55-64	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri/Swasta	14	23.3	23.3	23.3
	Karyawan BUMN/BUMD	2	3.3	3.3	26.7
	Wirausaha	28	46.7	46.7	73.3
	Petani	14	23.3	23.3	96.7
	Wiraswasta	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sudah Berapa Lama Bermitra

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Tahun	1	1.7	1.7	1.7
>1 Tahun	59	98.3	98.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Hasil Deskriptif

Kelengkapan Produk (X1)

X1.1

PT DGW menyediakan beragam produk mulai dari pestisida, benih tanaman dan alat-alat pertanian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	8.3	8.3	8.3
Setuju	25	41.7	41.7	50.0
Sangat setuju	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.2

PT DGW menyediakan produk yang bervariasi untuk tiap kategori produk.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	14	23.3	23.3	23.3
Setuju	24	40.0	40.0	63.3
Sangat setuju	22	36.7	36.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

X1.3

PT DGW memiliki persediaan produk yang memadai di gudang untuk memenuhi kebutuhan retailer				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	10	16.7	16.7	16.7
Setuju	29	48.3	48.3	65.0
Sangat setuju	21	35.0	35.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.4

Ada berbagai macam pilihan merek produk yang disediakan PT DGW		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Netral	17	28.3	28.3	30.0
	Setuju	27	45.0	45.0	75.0
	Sangat setuju	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sales Promotion (X2)

X2.1

PT DGW memberikan potongan harga setiap kali retailer melakukan pembelian.		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	22	36.7	36.7	43.3
	Sangat setuju	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.2

PT DGW memberikan imbalan kepada retailer berupa uang tunai atas tercapainya target penjualan selama periode yang telah ditentukan
--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	9	15.0	15.0	15.0
Setuju	21	35.0	35.0	50.0
Sangat setuju	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

X2.3

PT DGW memberikan barang-barang tambahan atau souvenir secara gratis seperti kaos, kalender, siker, mug dan lain sebagainya				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	2	3.3	3.3	3.3
Netral	12	20.0	20.0	23.3
Setuju	23	38.3	38.3	61.7
Sangat setuju	23	38.3	38.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Kualitas Layanan (X3)

X3.1

Fasilitas yang disediakan PT DGW seperti gedung bangunan dan gudang mudah ditemukan.				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	21.7	21.7	21.7

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setuju	31	51.7	51.7	73.3
Sangat setuju	16	26.7	26.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

X3.2

Seluruh staf PT DGW selalu sigap dan tepat waktu dalam melayani kebutuhan konsumen retailer				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	21.7	21.7	21.7
Setuju	40	66.7	66.7	88.3
Sangat setuju	7	11.7	11.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

X3.3

PT DGW selalu memberikan informasi yang dibutuhkan retailer, merespon keluhan retailer dan menyelesaikan keluhan tersebut				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	3	5.0	5.0	5.0
Netral	25	41.7	41.7	46.7
Setuju	27	45.0	45.0	91.7
Sangat setuju	5	8.3	8.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.4

Para retailer merasa aman bekerja sama dengan PT DGW					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	5.0	5.0	5.0
	Netral	27	45.0	45.0	50.0
	Setuju	26	43.3	43.3	93.3
	Sangat setuju	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.5

Seluruh staf PT DGW selalu sigap dan tepat waktu dalam melayani kebutuhan konsumen retailer					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	5.0	5.0	5.0
	Tidak setuju	6	10.0	10.0	15.0
	Netral	31	51.7	51.7	66.7
	Setuju	16	26.7	26.7	93.3
	Sangat setuju	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan Konsumen (Y)

Y.1

Produk, promosi penjualan dan pelayanan yang diberikan PT DGW sesuai dengan harapan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	13.3	13.3	13.3
Setuju	26	43.3	43.3	56.7
Sangat setuju	26	43.3	43.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Y.2

Saya selalu akan membeli kembali produk yang ditawarkan PT DGW. Saya juga akan terus menjadi mitra PT DGW				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	7	11.7	11.7	11.7
Setuju	33	55.0	55.0	66.7
Sangat setuju	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Y.3

Saya akan merekomendasikan PT DGW kepada para pengecer lainnya dan juga konsumen akhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	16.7	16.7	16.7
	Setuju	30	50.0	50.0	66.7
	Sangat setuju	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI VALIDITAS

Variabel Kelengkapan Produk (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kelengkapan Produk
Kelengkapan Produk	Pearson Correlation	1	.603**	.315*	.191	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.143	.000
	N	60	60	60	60	60
X1	Pearson Correlation	.603**	1	.300*	.043	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000		.020	.742	.000
	N	60	60	60	60	60
Kelengkapan Produk	Pearson Correlation	.315*	.300*	1	.458**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.014	.020		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Kelengkapan Produk	Pearson Correlation	.191	.043	.458**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.143	.742	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
Kelengkapan Produk	Pearson Correlation	.734**	.696**	.740**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Sales Promotion (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Sales Promotion
X2.1	Pearson Correlation	1	.463**	.337**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000
	N	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.463**	1	.617**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.337**	.617**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000
	N	60	60	60	60
Sales Promotion	Pearson Correlation	.700**	.865**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Kualitas Layanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kualitas Layanan
1	Pearson Correlation	1	.309*	.245	.050	.146	.503**
	Sig. (2-tailed)		.016	.059	.704	.267	.000
	N	60	60	60	60	60	60
2	Pearson Correlation	.309*	1	.426**	.426**	.336**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.016		.001	.001	.009	.000
	N	60	60	60	60	60	60
3	Pearson Correlation	.245	.426**	1	.484**	.319*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.059	.001		.000	.013	.000
	N	60	60	60	60	60	60
4	Pearson Correlation	.050	.426**	.484**	1	.452**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.704	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
5	Pearson Correlation	.146	.336**	.319*	.452**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.267	.009	.013	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.503**	.700**	.727**	.716**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Kualitas Layanan (X3)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Kepuasan Konsumen
Pearson Correlation	1	.460**	.316*	.783**
Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000
N	60	60	60	60
Pearson Correlation	.460**	1	.337**	.773**
Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000
N	60	60	60	60
Pearson Correlation	.316*	.337**	1	.730**
Sig. (2-tailed)	.014	.008		.000
N	60	60	60	60
Pearson Correlation	.783**	.773**	.730**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutipkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI RELIABILITAS

1. Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	4

2. Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	3

3. Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	5

4. Variabel Y

Reliability Statistics

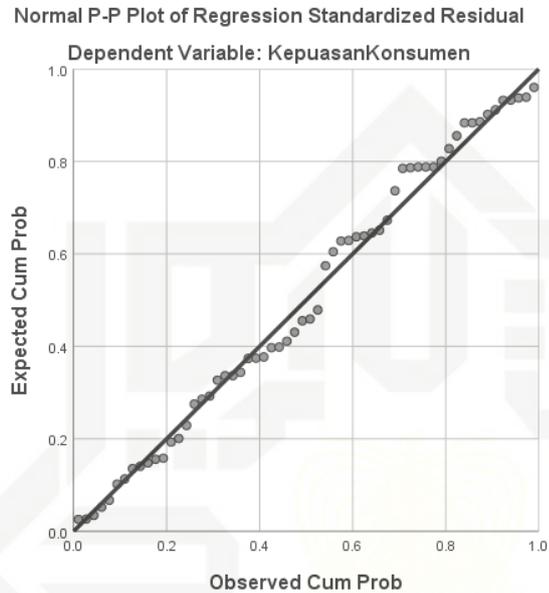
Cronbach's Alpha	N of Items
.637	3

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08083964
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.091
	Positive	.059
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

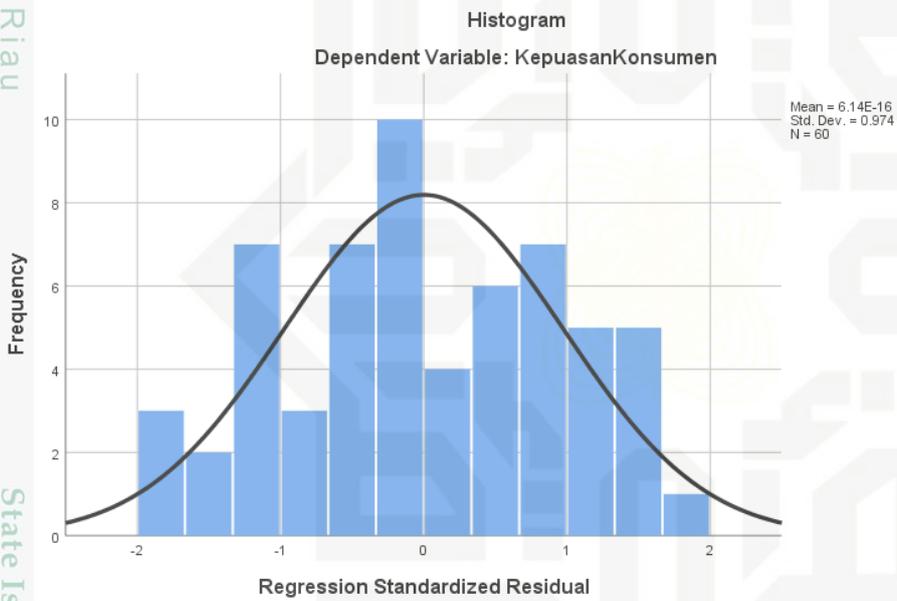
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

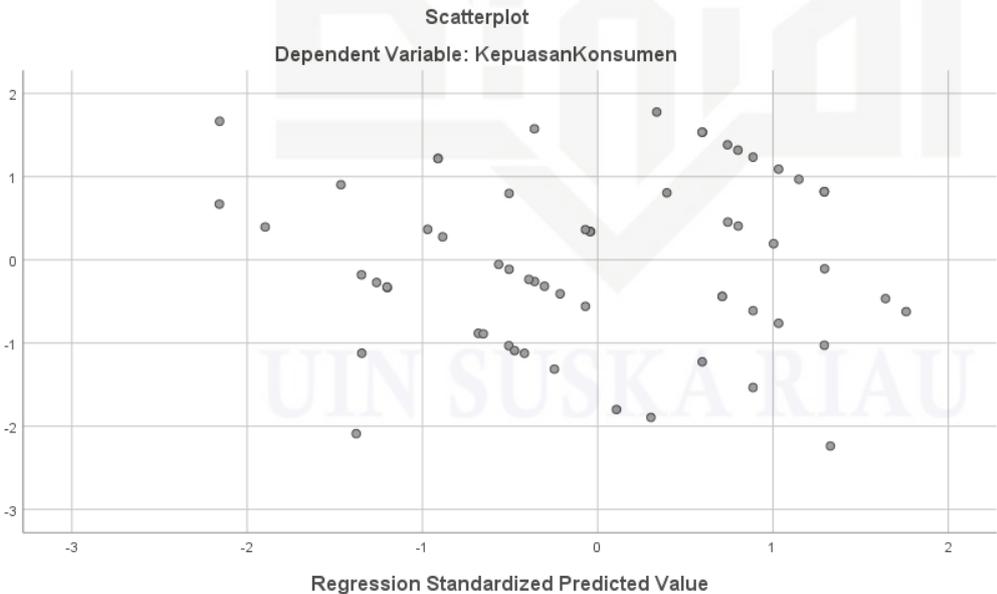
2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.023	1.644		.622	.537		
Kelengkapan Produk	.225	.088	.293	2.560	.013	.667	1.499
Sales Promotion	.384	.099	.443	3.876	.000	.667	1.499
Kualitas Layanan	.161	.060	.252	2.698	.009	.998	1.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715 ^a	.511	.485	1.109	1.882

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.023	1.644		.622	.537
Kelengkapan Produk	.225	.088	.293	2.560	.013
Sales Promotion	.384	.099	.443	3.876	.000
Kualitas Layanan	.161	.060	.252	2.698	.009

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HIPOTESIS

1. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.023	1.644		.622	.537
Kelengkapan Produk	.225	.088	.293	2.560	.013
Sales Promotion	.384	.099	.443	3.876	.000
Kualitas Layanan	.161	.060	.252	2.698	.009

2. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	72.059	3	24.020	19.515	.000 ^b
Residual	68.925	56	1.231		
Total	140.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kelengkapan Produk, Sales Promotion

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715 ^a	.511	.485	1.109	1.882

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kelengkapan Produk, Sales Promotion
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 4 Dokumentasi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DGW
PT. DGW

Jln. Garuda Sakti KM.6 Kec. Tapung – Kab. Kampar Riau - Indonesia
 Ph : +62 21 6516114, 6520101, 6520222, 65201111, Fax : +62 21 65308060

Pekanbaru, 09 Februari 2023

Nomor	: PN.01/PT.DGW/II/2023	Kepada	
Sifat	: Biasa	Yth. LESTIA RINI SARAGIH	
Lampiran	: -	di-	
Hal	: Izin Riset / Penelitian	Pekanbaru	

Menindaklanjuti Surat keterangan penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor: 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISSET/52976 tanggal 17 Januari 2023, terkait izin riset penelitian atas nama:

Nama	: LESTIA RINI SARAGIH
NIM	: 11970124968
Fakultas	: EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU
Jurusan	: MANAJEMEN
Jenjang	: S1
Judul Penelitian	: PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RETAILER PADA PT DHARMA GUNA WIBAWA CABANG PEKANBARU

Dengan ini kami beritahukan bahwa saudara dapat melakukan penelitian dengan judul di atas, sepanjang memenuhi aturan dan ketentuan yang berlaku. selama melakukan penelitian di lingkungan PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru.

Demikian disampaikan, untuk dilaksanakan sebaiknya terima kasih

Kampar, 09 Februari 2023

HPC Riau

RICHY ZULYVER SINAGA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DGW

PT. DGW

Jln. Garuda Sakti KM.6 Kec. Tapung – Kab. Kampar Riau - Indonesia
Ph : +62 21 6516114, 6520101, 6520222, 65201111, Fax : +62 21 65308060

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: PN.02/PT.DGW/III/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **RICHY ZULYVER SINAGA**
Jabatan : Head Profit Center (HPC) Riau

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : **LESTIA RINI SARAGIH**
NIM : 11970124968
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah selesai melakukan penelitian di PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru selama 173 (Seratus Tujuh Puluh Tiga) hari, terhitung mulai tanggal 10 Oktober 2022 s/d 30 Maret 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/Penelitian yang berjudul : **"PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RETAILER PADA PT DHARMA GUNA WIBAWA CABANG PEKANBARU"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebaik-baiknya.

Kampar, 30 Maret 2023

HPC Riau

RICHY ZULYVER SINAGA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Saragih.

BIOGRAFI PENULIS

Lestia Rini Saragih, lahir di Desa Ujung Batu IV pada tanggal 25 September 1999. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Ayahanda Yusup Saragih dan Ibunda Lina Fiati. Adik pertama bernama Ferdi Saputra Saragih dan adik bungsu bernama Abid Aqila Pranaja

Penulis mengawali pendidikan dasar di SDN 100940 Aliaga IV Kecamatan Hutaraja Tinggi pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2012. Ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Hutaraja Tinggi dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMK Swasta Al-Hasanah Sibuhuan dan lulus pada tahun 2018.

Ditahun 2019 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau program studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Penulis telah melakukan penelitian dan ujian munaqasah pada hari Senin, 26 Juni 2023 dan dinyatakan LULUS dengan judul skripsi **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Sales Promotion dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Retailer Pada PT Dharma Guna Wibawa Cabang Pekanbaru”** dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.