

PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG PUSAT PERBELANJAAN PASKAL 23 BANDUNG)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON VISITORS OF 23 PASKAL BANDUNG SHOPPING CENTER)

Muhamad Farras Fitriadi¹, Dinda Amanda Zuliestiana²

^{1,2}Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ muhamadfarras@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Industri ritel Indonesia menunjukkan penurunan performa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan kualitas layanan dengan RSQS (*Retail Service Quality Scale*) yang berisikan lima dimensi layanan yaitu *Physical Aspect*, *Reliability*, *Personal Interaction*, *Problem Solving* dan *Policy* yang kemudian pengaruhnya terhadap *Customer Satisfaction* dengan Paskal 23 sebagai objek penelitiannya.

Rumusan masalah serta tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *Retail Service Quality (RSQS)* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dengan 5 hipotesis yang akan dijawab pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sample warga kota Bandung tetap atau pendatang yang pernah mengunjungi Paskal 23 Bandung dengan jumlah sampel yang mewakili sebanyak 400 responden. Teknik analisis data dengan teknik multivariat, *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)*, serta uji hipotesis dengan uji T.

Hasil dari penelitian ini yaitu kelima hipotesis dapat terjawab, dengan rekomendasi terhadap sumber daya Paskal 23 Bandung dalam pengaplikasian layanan untuk menunjang kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut.

Kata kunci: *Retail Service Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstract

The Indonesian retail industry shows a decline in performance. The purpose of this study is to determine service quality with RSQS (*Retail Service Quality Scale*) which contains five service dimensions, namely *Physical, Reliability, Personal Interaction, Problem Solving and Policy Aspects* which begin to influence *Customer Satisfaction* with Paskal 23 as the research findings

The formulation of the problem and the purpose of the research in this study was to find out whether *Retail Service Quality (RSQS)* affected *Customer Satisfaction* with 5 hypotheses that would be answered in this study.

This study uses a quantitative method and this is a resident of the city of Bandung or immigrants who have reported Paskal 23 Bandung with a number of samples representing as many as 400 respondents. Data analysis techniques with multivariate techniques, *Structural Equation Modeling (SEM) Partial Least Square (PLS)*, and hypothesis testing with a T test.

The results of this study are hypotheses that can be answered, with contributions to Paskal 23 Bandung's resources in the application of services to support customer satisfaction with these services.

Keywords: *Retail Service Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2016 menyajikan data bahwa ritel memiliki kontribusi 15,24 persen terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja sebesar 22,4 juta atau 31,81 persen. Data yang tersaji menjelaskan inti bahwasannya industri ritel memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia, namun fakta dari fenomena yang ada malah menunjukkan penurunan performa pertumbuhan industri ritel di Indonesia seperti yang dipaparkan riset Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) dalam laman pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia per tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 9 persen dibanding tahun 2014 yang mencapai angka dua digit di 14 persen hingga 15 persen (Bisnis.com, 2018). Performa pertumbuhan penjualan pusat perbelanjaan moderen di Indonesia yang sebelumnya di bulan Juni 2016 mencapai angka 11 persen turun mencapai 3,7 persen (katadata.co.id).

Data diatas dapat dijadikan alasan untuk memperbaiki performa ritel dengan menerapkan orientasi pasar yang inovatif terutama pada pelayanan, seperti yang disebutkan oleh Omar *et al* (2013) meningkatnya biaya akuisisi pelanggan baru, sebagian besar pengusaha ritel beralih ke program loyalitas khusus sebagai alat strategi retensi dan pendekatan orientasi pasar yang inovatif.

Representasi pasar inovatif dari industri ritel banyak dikembangkan pada ritel-ritel moderen saat ini (Hikmawati dan Nuryakin, 2017). Keunggulan yang dikembangkan adalah konsep fasilitas yang menunjang aktivitas di waktu luang yang merupakan konsep sebuah pusat perbelanjaan moderen lengkap dengan berbagai macam fasilitas untuk mengisi waktu luang, seperti halnya *Coffe Shop*, *Game Station* dan restoran dalam satu pusat perbelanjaan.

Performa ritel erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan karena kualitas layanan sebuah ritel menentukan kepuasan pelanggan terhadap ritel tersebut. Menurut Ping-Kun Hsu dan Yi Chou (2015) kualitas layanan telah ditemukan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, terutama pada ritel seperti *Department Store*. kualitas layanan dapat dianggap sebagai salah satu determinan kepuasan pelanggan yang paling sering dianalisis, sudah dipaparkan dalam penelitian sebelumnya bahwa kualitas layanan itu sangat penting untuk kepuasan pelanggan (Ivanuskienė dan Volungėnaitė, 2014).

1.2. Perumusan Masalah

Performa dari andilnya industri ritel di Indonesia terhadap perekonomian Indonesia berdasarkan fakta dan data yang tersaji memiliki presentase yang cukup besar yaitu sebesar 15,24 persen terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi fenomena tersebut tidak didukung oleh performa ritel belakangan ini yang sedang mengalami penurunan hingga di angka 3,7 persen laju pertumbuhannya.

Pelayanan di ritel dalam penelitian terdahulu menghasilkan adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Studi-studi terdahulu mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan objek pusat perbelanjaan Paskal 23 belum dilakukan di kota Bandung, selain itu perbedaan dari perilaku pelanggan dalam penelitian sebelumnya juga berbeda. Studi-studi sebelumnya yang mengadopsi kepuasan pelanggan terkini terhadap kualitas pelayanan seperti *pyshical aspect*, *realibility*, *personal interaction*, *problem solving* dan *policy* yang merupakan teori pengukuran kualitas layanan dari Parasuraman *et al* (Mahfooz, 2014) pada ritel di kota Bandung bahkan di Paskal 23 belum dapat dipastikan dan perlu untuk diteliti.

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan pada sebelumnya maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Pyshical Aspect* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23.
2. Untuk mengetahui apakah *Reability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23.
3. Untuk mengetahui apakah *Personal Interaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23.
4. Untuk mengetahui apakah *Problem Solving* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23.
5. Untuk mengetahui apakah *Policy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1. Dasar Teori

a. Kualitas Layanan

Menurut Srivastava dan Kumar Rai (2014) menyatakan bahwa kualitas merupakan teknis yang menunjang pengembalian terbaik dalam investasi untuk pelanggan dengan tingkat resiko yang tidak terlalu besar sehingga membantu perusahaan untuk mencapai target finansial.

b. Kepuasan Konsumen

Menurut Mahfooz (2014) Kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan atau produk sebelum membeli dan persepsi mereka tentang layanan atau produk sesudah menggunakannya dan akan signifikan jika persepsi ditempatkan pada tingkat yang lebih tinggi daripada harapan, kepuasan pelanggan ditemukan bergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan dan merupakan salah satu alat untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan, nilai lebih bagi pelanggan berarti kepuasan yang lebih tinggi, yang dapat menguntungkan organisasi ritel dalam jangka panjang dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi.

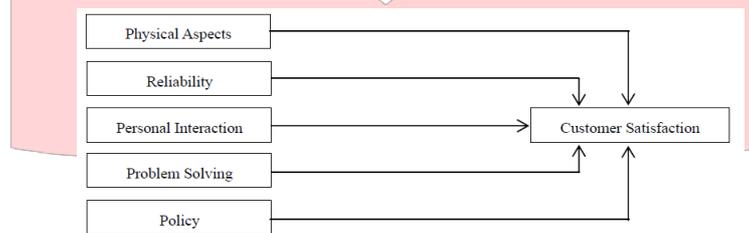
c. *Retail Service Quality*

Menurut Mahfooz (2014) menyebutkan layanan ritel didasarkan pada aktivitas, seperti interaksi, negosiasi, dan *merchandising* yang menciptakan hubungan antara layanan dan produk selama proses pertemuan tersebut

berlangsung, ini membuat kualitas layanan dalam ritel yang berbeda dari produk murni atau lingkungan layanan murni lainnya. Mahfooz juga menambahkan ritel perlu untuk melihat kualitas dari perspektif layanan hingga barang dan memperoleh serangkaian karakteristik yang secara akurat dapat mengukur konstruk dari kualitas dan perspektif layanan, karakteristik tersebut telah mengarah pada pengembangan *Retail Service Quality Scale* (RSQS) yang dikembangkan oleh Dabholkar *et al* (1996) dalam Mahfooz (2014).

2.2. Kerangka Pemikiran

Kualitas layanan sebuah pusat perbelanjaan eceran atau ritel dapat diukur dengan menggunakan skala kualitas layanan pada ritel, dalam eceran penting untuk melihat kualitas dari perspektif layanan serta barang dan memperoleh serangkaian item yang secara akurat mengukur konstruk ini, karakteristik ini telah mengarah pada pengembangan *Retail Service Quality Scale* (RSQS) oleh Dabholkar *et al* Pada tahun 1996 (Mahfooz, 2014). Keluaran dari *Retail Service Quality Scale* itu sendiri menghasilkan adanya pengaruh harapan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Skala itu terdiri dari lima dimensi dan 28 item. Total item dalam RSQS skala adalah 29, yang termasuk 7 untuk aspek fisik, 5 untuk keandalan, 8 untuk interaksi pribadi, 3 untuk pemecahan masalah, dan 6 untuk kebijakan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Mahfooz (2014)

Berdasarkan kerangka pemikiran pada Gambar 2.1, Tujuan utama dari penelitian ini adalah mencari adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kelima dimensi yang ada di dalam *Retail Service Quality Scale* (RSQS) yaitu *physical aspect*, *reliability*, *personal interaction*, *problem solving* dan *policy* terhadap *customer satisfaction* pusat perbelanjaan Paskal 23 Bandung. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut, terdapat lima hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini, berikut hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

- H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *physical aspect* terhadap Kepuasan Konsumen.
- H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Reliability* terhadap Kepuasan Konsumen.
- H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Personal Interaction* terhadap Kepuasan Konsumen.
- H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Problem Solving* terhadap Kepuasan Konsumen.
- H5: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Policy* terhadap Kepuasan Konsumen.

2.3. Metodologi Penelitian

a. Populasi, Sampel, dan Pengumpulan Data

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang berada di Bandung dan pernah mengunjungi pusat perbelanjaan Paskal 23. Sampel pada penelitian ini didapat berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan sebesar 5 persen dan hasil yang didapat adalah 384,16 sampel yang kemudian dibulatkan menjadi 400 sampel guna mempermudah perhitungan.

Pengumpulan data pada penelitian ini terbagi dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapat menggunakan kuesioner dengan total 33 indikator pertanyaan yang disebarkan melalui media sosial secara *online* dengan [link bit.ly/TugasAkhirPaskal23](https://bit.ly/TugasAkhirPaskal23), sedangkan data sekunder didapat dari *website*, buku-buku berisi teori, studi kasus, berita dan artikel, serta data *online* dan *offline* lainnya yang dapat mendukung penelitian.

b. Teknik Analisis Data

a) Teknik Multivariat

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis multivariat karena pada penelitian ini terdapat lebih dari dua variabel. Menurut Indrawati (2015:186) teknik analisis multivariat merupakan metode analisis statistik kuantitatif yang memungkinkan peneliti melakukan pengujian terhadap lebih dari dua variabel secara bersamaan.

b) *Structural Equation Modeling* (SEM)

Menurut Indrawati (2015:198) *Structural Equation Modeling* (SEM) dibagi kedalam dua kelompok, yaitu *covariance based matrix structural equation modeling* (CB-SEM) dengan fokus untuk mengkonfirmasi model serta menjelaskan *structure* model dan *variance based matrix structural equation modeling* (VB-SEM) dengan fokus untuk memprediksi serta menjelaskan *variance*. Penelitian ini menggunakan VB-SEM dengan analisis statistik *Partial Least Square* (PLS).

c) *Partial Least Square* (PLS)

Menurut Haryono (2017:366-370) *Partial Least Square* (PLS) merupakan analisis dari *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis komponen dengan sifat konstruk formatif. PLS berfungsi sebagai alat analisis prediktor karena tujuan dari PLS sendiri adalah untuk memprediksi hubungan variabel yang dapat dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Tahapan evaluasi model pada PLS terdapat dua tahap yaitu evaluasi *outer model* atau model pengukuran (*measurement model*) dan evaluasi *inner model* atau model struktural (*structural measurement*).

Menurut Ghozali dan Latan (2015:73) tujuan dari evaluasi *outer model* adalah untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya,

Menurut Ghozali dan Latan (2015:73) evaluasi *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. *Inner model* dievaluasi berdasarkan besarnya presentase *variance* yang dijelaskan dengan melihat nilai *R-Square* untuk konstruk laten endogen. *Stone-Geisser test* untuk menguji *predictive relevance*, dan *average variance extracted* untuk *predictiveness* dengan menggunakan prosedur *resampling* seperti *jackknifing* dan *bootstrapping* untuk memperoleh stabilitas dari estimasi.

Dalam penelitian ini digunakan perhitungan *Importance and Performance Matrix Analysis* (IPMA) yang merupakan bagian dari PLS. Menurut Ramayah et al. (2018) IPMA dapat digunakan untuk mengembangkan hasil dari *Smart PLS* atau menemukan saran pengembangan berdasarkan skor dari variabel laten. Menurut Latan dan Noonan (2017) dapat disimpulkan bahwa *Quadrant I (Keep up the good work)* yang terdiri dari *high importance* dan *high performance* memiliki arti yaitu terdapat peluang untuk meningkatkan atau mempertahankan tingkat yang lebih tinggi dari konstruk target. *Quadrant II (Concentrate here)* yang terdiri dari *high importance* dan *low performance* memiliki arti yaitu sebagai elemen kunci untuk melakukan pengembangan. *Quadrant III (Low Priority)* yang terdiri dari *low importance* dan *low performance* memiliki arti yaitu tidak memerlukan perhatian khusus. Terakhir, *Quadrant IV (Possible overkill)* yang terdiri dari *low importance* dan *high performance* memiliki arti yaitu sebaiknya sumber daya digunakan pada tempat lain karena pada titik ini tidak memerlukan tambahan perhatian.

3. Pembahasan

a. Uji Outer Model

a) Uji Validitas Konvergen

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:195) validitas konvergen berhubungan pengukur dari setiap konstruk harus berkorelasi tinggi, uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* seluruh indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Rule of Thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen yaitu untuk *outer loading* dengan nilai $> 0,70$ serta untuk *Average Variance Extracted* (AVE) bernilai $> 0,50$.

Pada penelitian ini, hasil uji validitas konvergen pada seluruh indikator yang mengukur konstruk yaitu PA1, PA2, PA3, PA4, PA5, PA6, PA7, RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, PI1, PI2, PI3, PI4, PI5, PI6, PI7, PI8, PS1, PS2, PS3, PC1, PC2, PC3, PC4, PC5, PC6, CS1, CS2, CS3, CS4 dinyatakan valid karena seluruh indikator tersebut memiliki nilai *loading factor* $> 0,70$, terkecuali PA5, PA7, PI2, dan PC6 karena nilainya $< 0,70$ dan tidak lagi diikutsertakan dalam perhitungan lainnya. Selanjutnya, pengukuran menggunakan AVE pada seluruh variabel yaitu PA, RA, PI, PS, PC dan CS juga dinyatakan valid karena nilai AVE dari setiap variabel $> 0,50$.

b) Uji Validitas Diskriminan

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:195) validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi, selanjutnya uji validitas diskriminan dapat dinilai berdasarkan nilai *cross loading* pengukuran dengan konstruksya. Dalam uji validitas diskriminan, nilai dari *cross loading* lebih dari 0,70 dalam satu variabel.

Berdasarkan hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu indikator konstruk seluruhnya memiliki nilai *cross loading* $> 0,70$ serta memiliki nilai tertinggi pada konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, oleh karena ini seluruh indikator pada konstruk penelitian ini dinyatakan valid.

Selain melihat nilai *cross loading*, uji validitas diskriminan dapat melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Berdasarkan hasil dari penelitian ini didapat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada setiap variabel PA, RA, PI, PS, PC dan CS dengan nilai dari semua korelasi variabel memenuhi *discriminant validity* dengan sebagian *established* untuk nilai yang mendekati kurang dari 0,9 dan *accepted* untuk yang melebihi 0,9.

c) Uji Reliabilitas

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:196) selain uji validitas, PLS juga melakukan uji reliabilitas untuk menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Dalam PLS uji reliabilitas menggunakan dua metode yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dengan masing – masing nilainya $> 0,70$. Dapat dilihat pada Tabel 3.1 hasil uji reliabilitas pada penelitian ini.

Tabel 3.1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
CS	0,927	0,895
PI	0,930	0,912
PA	0,923	0,896
PC	0,901	0,863
PS	0,877	0,790
RA	0,904	0,867

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* $> 0,70$.

d) Uji Inner Model

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:197) *inner model* dalam PLS dievaluasi menggunakan *R Square* untuk konstruk dependen, nilai *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Selain menggunakan *R Square*, evaluasi *inner model* dapat menggunakan *Q Square predictive relevance*. Menurut Haryono (2017:375) *Q Square predictive relevance* berfungsi untuk memvalidasi sebuah model terutama jika variabel laten endogen memiliki model pengukuran reflektif.

Menurut Ghozali dan Latan (2015:81) kriteria penilaian pada *R Square* adalah jika nilainya menunjukkan 0,75 artinya model kuat; 0,50 artinya model *moderate*; dan 0,25 artinya model lemah. Sedangkan kriteria penilaian pada *Q Square* yang baik adalah jika nilai *Q Square* > 0 sehingga menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* dan jika *Q Square* < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Tabel 3.2 akan menunjukkan hasil *R Square*.

Tabel 3.2 Hasil *R Square*

Variabel Laten	<i>R Square</i>	Keterangan
Customer Satisfaction	0,730	<i>Moderate</i>

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa variabel *customer satisfaction* memiliki nilai *R Square* sebesar 0,730 yang berarti konstruk tersebut memiliki kekuatan *moderate*. Selanjutnya Tabel 3.3 akan menunjukkan hasil *Q Square*.

Tabel 3.3 Hasil *Q Square*

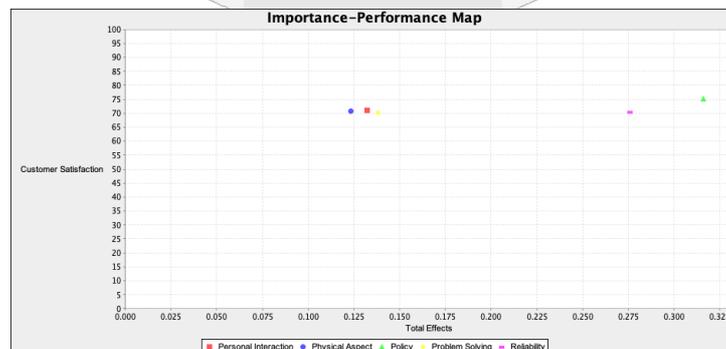
Variabel Laten	<i>Q Square</i>	<i>Predictive Relevance</i>	Keterangan
Customer Satisfaction (CS)	0,518	Ya	Baik

Sumber: Data diolah

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa variabel *customer satisfaction* dapat dikatakan baik dan memiliki *predictive relevance* karena nilai yang dihasilkan oleh kedua variabel tersebut > 0 .

e) Pengujian Importance and Performance Matrix Analysis (IPMA)

Menurut Ramayah et al. (2018) IPMA dapat digunakan untuk mengembangkan hasil dari *Smart PLS* atau menemukan saran pengembangan berdasarkan skor dari variabel laten. Gambar 3.1 akan menunjukkan hasil IPMA pada penelitian ini.



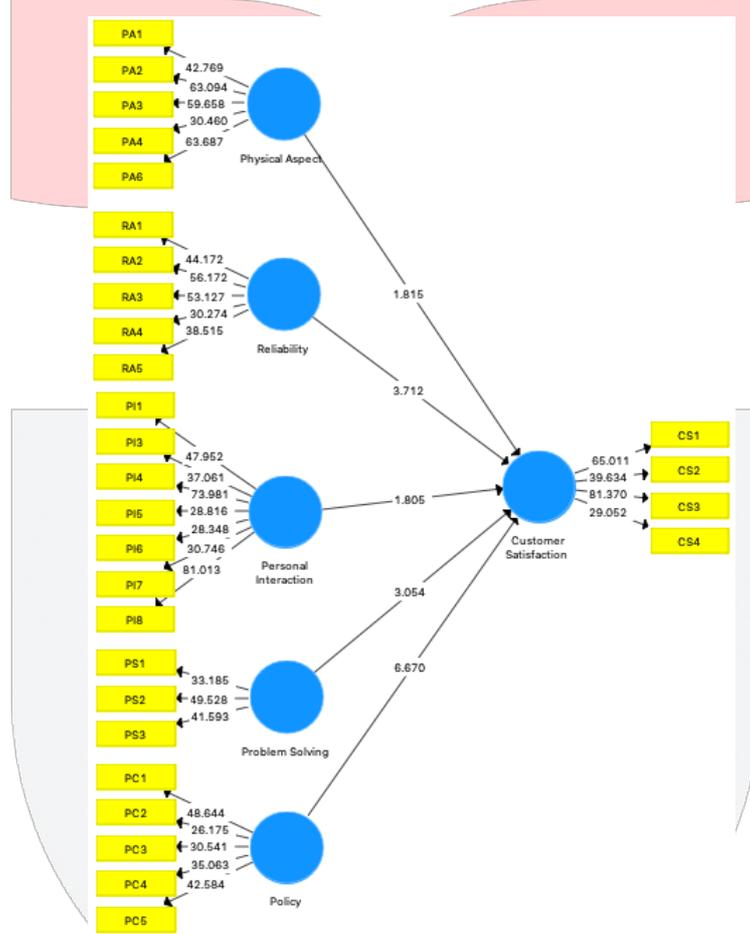
Gambar 3.1 Hasil IPMA

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan Gambar 3.1 dapat disimpulkan bahwa *physical aspect*, *personal interaction* dan *problem solving* berada pada *Quadrant IV "possible overkill"* yang berarti ketiga variabel tersebut tidak memerlukan pengembangan lebih lanjut karena konstruk target dalam ketiga variabel tersebut sudah baik. Sedangkan *policy* dan *reliability* berada pada *Quadrant I "keep up the good work"* yang berarti kedua variabel tersebut dapat dipertahankan bahkan dapat meningkatkan konstruk target

f) Pengujian Hipotesis

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:197) dalam pengujian hipotesis menggunakan PLS tingkat signifikansi dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien *path* atau *inner model*. Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat menggunakan perbandingan antara nilai *T-table* dan *T-statistics*. Hipotesis dikatakan terdukung apabila nilai *T-statistics* > *T-table*. Penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 persen (*alpha* 5 persen) dengan pengujian satu arah (*one tailed*) yang berarti *T-tabel* yang digunakan adalah $\geq 1,64$. Gambar 3.3 akan menunjukkan konstruk hasil *bootstrapping*.



Gambar 3.3 Konstruk Hasil *Bootstrapping*
 Sumber: Data diolah

Berdasarkan Gambar 3.3 dapat dilihat hasil *bootstrapping one tailed test* dengan nilai *T-table* yaitu 1,64 menghasilkan hubungan konstruk dari variabel dependen hingga variabel independen yang masing – masing memiliki nilai *T-statistic* untuk dianalisa. Tabel 3.4 akan memperlihatkan kesimpulan dari hasil *bootstrapping* pada Gambar 3.3.

Tabel 3.4 Kesimpulan Hasil *Bootstrapping*

Hipotesis	Hubungan Konstruk	Path Coeficient	T-statistics	P Values	Keterangan
H1	PA → CS	0,139	1,815	0,035	Diterima
H2	RA → CS	0,137	3,712	0,000	Diterima
H3	PI → CS	0,144	1,806	0,036	Diterima
H4	PS → CS	0,276	3,054	0,001	Diterima
H5	PC → CS	0,279	6,670	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis *one tailed* pada penelitian ini semua hipotesis diterima. Kelima hipotesis yang diterima tersebut memiliki nilai *T-statistics* untuk H1 yaitu $1,815 > 1,64$; untuk H2 yaitu $3,712 > 1,64$; untuk H3 yaitu $1,806 > 1,64$; untuk H4 $3,054 > 1,64$ dan untuk H5 yaitu $6,670 > 1,64$.

4. Kesimpulan

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *physical aspect* terhadap *customer satisfaction* pada pusat perbelanjaan Paskal 23. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dibuktikan bahwa untuk mencapai *customer satisfaction* pada sebuah pusat perbelanjaan dapat dilakukan dengan mempertahankan komponen *physical aspect* seperti fasilitas yang moderen, area publik yang bersih, tata letak yang rapih dan mudah untuk ditemukan.
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *reliability* terhadap *customer satisfaction* pada pusat perbelanjaan Paskal 23. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dibuktikan bahwa untuk mencapai *customer satisfaction* pada sebuah pusat perbelanjaan dapat dilakukan dengan mempertahankan dan meningkatkan komponen *reliability* seperti mengadakan acara yang sesuai dengan ketentuan dalam iklan, barang yang lengkap, dan proses transaksi yang bebas dari masalah.
- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *personal interaction* terhadap *customer satisfaction* pada pusat perbelanjaan Paskal 23. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dibuktikan bahwa untuk mencapai *customer satisfaction* pada sebuah pusat perbelanjaan dapat dilakukan dengan mempertahankan komponen *personal interaction* seperti karyawan yang sopan dan tanggap, variasi jenis toko yang beragam dan keamanan.
- d. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *problem solving* terhadap *customer satisfaction* pada pusat perbelanjaan Paskal 23. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dibuktikan bahwa untuk mencapai *customer satisfaction* pada sebuah pusat perbelanjaan dapat dilakukan dengan mempertahankan komponen *problem solving* seperti menetapkan kebijakan pengembalian barang dan reaksi yang cepat dalam mengatasi masalah yang terjadi.
- e. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *policy* terhadap *customer satisfaction* pada pusat perbelanjaan Paskal 23, Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dibuktikan bahwa untuk mencapai *customer satisfaction* pada sebuah pusat perbelanjaan dapat dilakukan dengan mempertahankan dan meningkatkan komponen *policy* seperti produk dengan kualitas tinggi, parkir yang memadai, melayani pembayaran dengan berbagai macam cara, dan jam operasional yang tepat dan nyaman bagi pelanggan.

Daftar Pustaka

- [1] Abdillah, W., & Jogyanto. (2015). *Partial Least Square Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [2] Amorim, Marlene and Saghezchi, Fatemeh, B. (2014). An Investigation of Service Quality Assessments Across Retail Formats. *International Journal of Quality and Service Sciences Vol. 6 No. 2/3, pp. 221-236*.
- [3] Anggraeni, S. (2017, 24 Mei). 23 Paskal Shopping Center, Mall Baru di Bandung. Retrieved from Infobdg.com: <http://www.infobdg.com/v2/23-paskal-shopping-center-mall-baru-di-bandung/>.
- [4] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). Potensi Ekonomi Kota Bandung Analisis Hasil Listing 2016. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- [5] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). Kota Bandung dalam Angka Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2017. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- [6] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bandung 2017. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- [7] Darmawan, Deni. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [8] Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung. (2017). Data Pusat Perbelanjaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung. Bandung: Dinas Perindustrian dan Perdagangan.
- [9] Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- [10] Hair, Jr, J. F., M. Hult, G., Ringle, C. M., & Marko, S. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural*. California: SAGE Publications, Inc.
- [11] Haryono, S. (2017). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. Jakarta: Penerbit Luxima Metro Media.
- [12] Hikmawati, Dianur, dan Nuryakin, Chayikal. (2018). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*. Vol. 17 No. 2 p-ISSN 1411-5212; e-ISSN 2406-9280.

- [13] Hsu, Ping-Kun and Chou, Elaine Yi Chou. (2015). Exploring the Relationship Among Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Case Study of Carrefour Hypermarket. *Springer-Verlag Berlin Heidelberg LISS*.
- [14] Indrawati, P. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [15] Jannah, M. (2018, 23 Mei). Kinerja Industri Ritel Melambat, Ini Datanya. *Retrieved from Detik.com: <https://finance.detik.com/industri/d-4034899/kinerja-industri-ritel-melambat-ini-datanya>*.
- [16] Katadata.co.id. (2016, 3 Agustus). Indeks Penjualan Eceran Bandung Kalahkan Jakarta 2014-2015. *Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/03/indeks-penjualan-eceran-bandung-kalahkan-jakarta-2014-2015>*.
- [17] Katadata.co.id. (2017, 4 Oktober). Penjualan Ritel di Pasar Tradisional dan Modern Melambat. *Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/04/penjualan-ritel-di-pasar-tradisional-dan-modern-melambat>*.
- [18] Katadata.co.id. (2017, 6 Juni). Berapa Nilai Penjualan Ritel Indonesia?. *Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/berapa-nilai-penjualan-ritel-indonesia>*.
- [19] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Limited.
- [20] Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. Springer.
- [21] Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. Springer. *updated and practical guide to statistical analysis (2nd ed.)*. Kuala Lumpur: Pearson.
- [22] Mahfooz, Yasser. (2014). Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Hypermarkets of Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*. Volume 6, No. 4.
- [23] Minh, Ngo Vu & Huu, Nguyen Huan. (2016). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness Vol. 8, Issue 2, pp. 103 – 116*.
- [24] Permana, A. (2018, 4 Desember). Jabar Miliki 2.200 Toko Ritel Modern. *Retrieved from Bisnis.com: <http://bandung.bisnis.com/read/20141204/5/522354/jabar-miliki-2.200-toko-ritel-modern>*.
- [25] Srivastava, Medha., & Rai, Alok, K. (2014). An Investigation Into Service Quality–Customer Loyalty Relationship: The Moderating Influences. *Springer, Indian Institute of Management Calcutta*.
- [26] Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [27] Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [27] Tamilselvi, P. (2016). Service Quality – Customer Satisfaction. *IOSR Journal of Business and Management e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668 PP 29-31*.