

**Judul** : GAMBARAN PENATAAN PRODUK (*DISPLAY*) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA OPTIK ROYAL  
**Pengarang** : Fianti Rahmania 18044  
**Kode DOI** :  
**Keywords** : Product arrangement; service quality; customer satisfaction.  
**Item Type** : Karya Tulis Ilmiah  
**Tahun** : 2021

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the description of product arrangement (display) and service quality on customer satisfaction at Optic Royal partially and simultaneously. The research location is at Optik Royal Jl. Pondok Betung Raya, South Tangerang City, Banten. This type of research is qualitative with descriptive analytic techniques. The data used is a questionnaire. The sampling system used in this research is simple random sampling. The number of samples is 6 people. The results of the study and the conclusions of the study show that (1) There is consumer satisfaction with product arrangement (display) 89.88% (2) There is consumer satisfaction with service quality 97.16% (3) There is consumer satisfaction with product arrangement (display) and quality service in combination 91.5%.*

**Keywords:** *product arrangement; service quality; customer satisfaction.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran penataan produk (display) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Optik Royal secara parsial dan simultan. Lokasi penelitian di Optik Royal Jl. Pondok Betung Raya, Kota Tangerang Selatan, Banten. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik analitik deskriptif. Data yang digunakan adalah kuesioner. Sistem pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Jumlah sampel sebanyak 6 orang. Hasil penelitian dan simpulan penelitian menunjukkan bahwa (1) Adanya kepuasan konsumen terhadap penataan produk (display) 89,88% (2) Adanya kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan 97,16% (3) Adanya Kepuasan konsumen terhadap penataan produk (display) dan kualitas pelayanan secara bersama-sama 91,5%.*

**Kata kunci :** *penataan produk; kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.*

### **DAFTAR ISI**

**HALAMAN SAMPUL** .....

**HALAMAN JUDUL** .....

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH (KTI)</b> <b>.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG .....	2
1.2    IDENTIFIKASI MASALAH.....	2
1.3    BATASAN MASALAH .....	3
1.4    RUMUSAN MASALAH.....	3
1.5    TUJUAN PENELITIAN .....	3
1.6    MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.7    SISTEMATIKA PENULISAN .....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1    PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ).....	7
2.1.1    PENGERTIAN PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ).....	7
2.1.2    TUJUAN PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) .....	7
2.1.3    INDIKATOR PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ).....	7
2.1.4    KARAKTERISTIK PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ).....	8
2.1.5    KONSEP PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) .....	8
2.2    KUALITAS PELAYANAN .....	9
2.2.1    PENGERTIAN KUALITAS PELAYANAN .....	9
2.2.2    MANFAAT DAN TUJUAN KUALITAS PELAYANAN .....	9
2.2.3    INDIKATOR KUALITAS PELAYANAN .....	10
2.2.4    KONSEP KUALITAS PELAYANAN .....	11
2.3    KEPUASAN KONSUMEN .....	12
2.3.1    PENGERTIAN KEPUASAN KONSUMEN.....	12

2.3.2	KONSEP KEPUASAN KONSUMEN .....	12	
2.3.3	MANFAAT KEPUASAN KONSUMEN .....	12	
2.3.4	INDIKATOR KEPUASAN KONSUMEN.....	13	
<b>2.4</b>	<b>KONSUMEN .....</b>	<b>14</b>	
2.4.1	DEFINISI KONSUMEN.....	14	
2.4.2	KATEGORI USIA KONSUMEN SEBAGAI RESPONDEN PENELITIAN		14
2.5	OPTIK ROYAL .....	15	
2.6	KERANGKA BERPIKIR .....	16	
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>	
3.1	DESAIN PENELITIAN.....	17	
3.2	VARIABEL PENELITIAN, DEFINISI OPERASIONAL, HIPOTESIS.		17
3.2.1	VARIABEL PENELITIAN .....	17	
3.2.2	DEFINISI OPERASIONAL.....	17	
3.2.3	HIPOTESIS .....	18	
<b>3.3</b>	<b>POPULASI DAN SAMPLING .....</b>	<b>18</b>	
3.3.1	POPULASI PENELITIAN.....	18	
3.3.2	TEKNIK SAMPLING.....	18	
<b>3.4</b>	<b>PENGUMPULAN DATA .....</b>	<b>19</b>	
3.4.1	OBSERVASI.....	19	
3.4.2	KUESIONER .....	19	
3.4.3	WAWANCARA.....	19	
3.4.4	STUDI DOKUMEN.....	19	
<b>3.5</b>	<b>ANALISIS DATA (TEKNIK PENGOLAHAN DATA).....</b>	<b>19</b>	
3.5.1	PERSIAPAN PENELITIAN .....	19	
3.5.1.1	TAHAPAN PENELITIAN.....	19	
3.5.1.2	TAHAPAN PERIZINAN .....	20	
3.5.2	PELAKSANAAN PENELITIAN .....	20	
3.5.3	TEKNIK PENGOLAHAN DATA.....	20	
3.5.3.1	REDUKSI DATA.....	20	
3.5.3.2	PENYAJIAN DATA .....	21	

3.5.3.3 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	21
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>23</b>
4.1 HASIL PENELITIAN.....	23
4.1.1 IDENTITAS RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	23
4.1.2 IDENTITAS RESPONDEN BERDASARKAN USIA .....	23
4.1.3 KUESIONER PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) .....	24
4.1.4 KUESIONER KUALITAS PELAYANAN.....	26
4.1.5 KUESIONER KEPUASAN KONSUMEN .....	28
4.2 PEMBAHASAN .....	30
4.2.1 GAMBARAN PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	30
4.2.2 GAMBARAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN	31
4.2.3 GAMBARAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) DAN KUALITAS PELAYANAN.....	31
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>38</b>
5.1 KESIMPULAN .....	38
5.2 REKOMENDASI.....	38
5.2.1 PENATAAN PRODUK ( <i>DISPLAY</i> ) .....	39
5.2.2 KUALITAS PELAYANAN.....	39
5.2.3 KETERBATASAN PENULISAN.....	40
5.2.4 PENELITIAN SELANJUTNYA .....	40
<b>REFERENSI .....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>43</b>
<b>RIWAYAT HIDUP/CURRICULUM VITAE .....</b>	<b>52</b>

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian sekarang ini senantiasa mengalami perubahan atau perkembangan serta penurunan dari waktu ke waktu dan ini dapat di tunjukkan dengan semakin banyaknya variasi usaha-usaha yang bermunculan di Negara kita. Sekarang ini optik semakin banyak di buka baik di kota besar maupun di kota kecil.

Optik memiliki ciri khas dengan menyediakan *display* yang transparan agar konsumen dapat melihat dan memilih serta mencoba produk yang diinginkannya. Menata produk-produk sesuai jenis produk, warna, bentuk dan fungsi yang akan sangat memudahkan konsumen menemukan produk yang diinginkan dan dibutuhkan.

Permasalahan yang sering terjadi adalah ketika konsumen tersebut memilih ingin berbelanja di sebuah optik, namun optik tersebut terlihat kurang menarik serta kurang ramah dalam melayani konsumen. Maka konsumen tersebut akan memilih berbelanja pada optik lain yang mampu memberikan pelayanan yang ramah serta penataan produk yang sangat menarik dan memiliki banyak pilihan produk yang akan mengakibatkan keputusan pembelian ini.

Penataan produk (*display*) yang menarik akan membuat konsumen yang datang langsung tertuju pada produk dalam *display* tersebut hal ini akan berpengaruh serta memberikan minat yang besar kepada suatu produk karena konsumen dapat melihat secara langsung dan dapat mencoba produk tersebut.

Faktor lain yang perlu di perhatikan lebih dalam kepuasan konsumen yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, dengan memberikan pelayanan yang disenangi oleh konsumen maka konsumen pun akan merasa nyaman dan akan tinggal lebih lama di dalam toko optik untuk lebih melihat apakah ada produk lainnya yang akan dibeli, kualitas pelayanan yang disenangi ini lah yang akan membuat konsumen memutuskan untuk membeli dan akan kembali berbelanja serta tidak akan berpindah ke optik lain karena konsumen akan memilih optik yang baik dan memuaskan.

Sebuah Optik yang dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan serta rajin menata produk-produk dengan menarik dapat memikat hati konsumen sehingga akan terdorong keinginan melihat, mencari, mencoba, dan dengan menyediakan penataan produk dengan rapih, bersih, mudah di jangkau serta memberikan pelayanan terbaik.

Apabila konsumen telah memantapkan hati dapat berbelanja pada Optik tersebut dan nantinya akan menghadirkan kepuasan konsumen yang berasal dari pemberian pelayanan dengan senang hati dan penataan produk dengan menarik serta bersih.

Berdasarkan latar belakang tersebut untuk mengetahui sejauh mana penerapan penataan produk (*display*) dan kualitas pelayanan yang dapat menentukan keputusan konsumen untuk berbelanja, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian :

“Gambaran Penataan Produk (*Display*) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kacamata Pada Optik Royal”

### References :

- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2017. *Service Management : mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sopiah, Syihabuddin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta : Cv Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D Dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Cv Andi Offset
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Ngadiman, Dkk., 2008. *Marketing Jilid 2*. Jakarta : Departemen Pendidikan nasional.
- Tjiptono, Fandy., & Anastasia Diana. 2019. *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Cv Andi offset.
- Handayani, Sri. 2012. *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai*. Jurnal Non Eksakta.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, pasal 1 angka 2. *Tentang Perlindungan konsumen dan pelaku usaha*.
- Departemen Kesehatan RI. 2009. *Kategori Usia*.
- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.