



## Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Pada Toko Edward Elektronik Dengan Toko Prima Elektronik Di Kabupaten Alor

Ferdinand Romelus Anigomang<sup>1</sup>, Maria Agustin Lopes Amaral<sup>2</sup>, Alya Elita<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi – Universitas Tribuana Kalabahi

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Arta Wacana Kupang

### Abstract

Received: 20 Juni 2025

Revised: 27 Juni 2025

Accepted: 01 Juli 2025

*Kepuasan Konsumen merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan konsumen yang membandingkan antara tingkatan-tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh konsumen yang meliputi harapan, kualitas pelayanan, kualitas produk, emosi, dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perbandingan Toko Edward Elektronik dengan Toko Prima Elektronik mengenai kepuasan konsumen dalam menguji kedua Toko tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif komparatif (statistik uji t beda) dan skripsi kualitatif. Sampel di ambil menggunakan metode accidental Non random sampling dan proposing (secara kebetulan), yaitu setiap konsumen yang secara kebetulan ditemukan saat datang berbelanja baik di Toko Edward Elektronik maupun di Toko Prima Elektronik. Alat pengumpulan data yang di gunakan untuk kuesioner, studi kepustakaan. Metode analisis yang di gunakan untuk menjawab hipotesis adalah uji t beda dan capaian indikator. Hasil penelitian ditemukan perbedaan yang signifikan sebesar 1,408 berada dibawah level of significance da yang digunakan ( $\alpha = 0,05$ ) sehingga tolak  $H_0$  yakni kepuasan konsumen pada Toko Edward Elektronik baik; Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Elektronik cukup baik; ada perbedaan kepuasan konsumen antara Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik; dan toko Edward Elektronik memiliki kepuasan konsumen yang baik.*

**Keywords:** *Kepuasan Konsumen, uji t beda*

(\*) Corresponding Author: [fanigomang@gmail.com](mailto:fanigomang@gmail.com)

**How to Cite:** Anigomang, F., Amaral, M., & Elita, A. (2025). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Pada Toko Edward Elektronik Dengan Toko Prima Elektronik Di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7.D), 519-539. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12825>.

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis dalam beberapa tahun ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Perkembangan ini diketahui dengan meningkatnya jumlah toko / Supermarket yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi yang baik dan terpandu karna persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Meningkatnya intensitasi persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Konsep pemasaran menempatkan pembeli sebagai pusat kegiatan pemasaran. Hal ini berarti bahwa kebutuhan dan keinginan pembeli harus dimasukkan ke dalam produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sedangkan pembeli dengan sumber-sumber yang terbatas akan memaksimalkan kepuasan mereka. Bagi perusahaan, pemasaran tidak hanya sekedar menjual dan memasang iklan atau mencari keuntungan semata, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan kesan atau kinerja dan harapan dari sebuah kinerja produk. Apabila produk tersebut tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa kecewa.

Pelayanan juga merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan termasuk Usaha Dagang (UD) yang ada di Kabupaten Alor agar dapat memuaskan konsumennya. Untuk melakukan pelayanan tersebut tidak semata-mata hanya menekankan pada aspek transaksi namun justru berfokus pada aspek relational. Dengan meningkatkan kebutuhan hidup, salah satu usaha perdagangan yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat pada saat ini adalah Usaha di bidang pertokoan. Perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting guna menarik dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, karena memahami perilaku konsumen memberikan petunjuk mengenai bagaimana cara memenuhi selera pembeli agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, harga yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, Kualitas produk yang baik, promosi yang menarik, maupun pemilihan lokasi yang strategis menjadi nilai tersendiri bagi konsumen dalam mengambil keputusan.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepetingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Hakikat kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*Outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja dirasakan di bawah harapan maka konsumen akan merasa sangat puas. Dari observasi awal terhadap kedua Toko baik Toko Edward Elektronik maupun Toko Prima Elektronik, dapat diketahui bahwa Toko Edward Elektronik didirikan pada tahun 2013 yang beralamat di Jln. Jendral Sudirman, Wetabua, Teluk Mutiara, Kalabahi Alor. Toko ini beraktivitas mulai dari hari senin sampai hari Sabtu pada pukul 08.00 sampai pukul 19.00 wita, dengan jumlah karyawan 19 orang dengan tugasnya masing-masing. Toko Prima Elektronik menjual barang Elektronik seperti Televisi dan Speaker, Kulkas, Rice Cooker, Blender, Reskuker dan Mixer, Mesin Cuci, Setrika Vacuum Cleaner, Ac atau Kipas angin dan lampu. Ada juga Bahan mebel seperti, lemari, meja, sofa, tempat tidur atau Sprimbet

Toko Edward Elektronik membeli barang dari Surabaya dengan perjanjian menggunakan limit 1 buah. Jika Toko Edward Elektronik tidak membayar sebelum tanggal jatuh tempo, maka Toko Edward Elektronik akan dikenakan sanksi, seperti kepercayaan hilang, dan harga barang bisa lebih mahal dari harga sebelumnya. Toko Edward Elektronik dalam mengalami kendala seperti kurangnya persediaan barang. Tetapi Toko Edward Elektronik juga menyediakan jasa angkutan, jika

konsumen membeli barang besar seperti Kulkas, mesin cuci, sova dalam kota kalabahi tanpa biaya, di lura kota Kalabahi dikenakan biaya sesuai jarak sehingga konsumen merasa puas.

Sedangkan Prima Elektronik Dibangun Pada tahun 2006 dan beralamat di Jln Jendral Sudirman-Depan Pasar Impres Kalabahi-Alor-Nusa Tenggara Timur. Toko ini beraktivitas dari hari senin sampai hari sabtu pada pukul 08.00 sampai pukul 19.00 wita. Dengan jumlah karyawan 15 orang dengan tugasnya masing-masing. Toko Prima Elektronik juga menjual barang konsumen yang hampir sama dengan Toko Edward Elektronik seperti Televisi dan Speaker, Kulkas, Rice Cooker, Blender dan Mixer, Mesin Cuci, Setrika Vacuum Cleaner, Ac atau Kipas Angin dan Lampu.

Dari Pengamatan awal juga dapat di ketahui bahwa, kedua toko usaha ini memiliki berbagai cara strategis pemasaran seperti diskon untuk pembelian yang jumlah volumenya banyak. Dan juga melayani kredit, dan kedua toko ini juga menerima delivery order (DO) pesanan barang pembelanjaan konsumen. Namun dilihat dari sisi keramaian, secara kasat mata dapat dilihat Toko Prima Elektronik lebih rame pengunjung nya ketimbang Toko Edward Elektronik.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah adalah : Kepuasan Konsumen Pada Toko Edward Elektronik Dengan Prima Elektronik di Kabupaten Alor. Persoalan penelitian Apakah ada perbedaan yang signifikan tentang kepuasan konsumen, antara Toko Edward Elektronik Dengan Toko Prima Elektronik di Kabupaten Alor? Manakah dari kedua toko ini yang memiliki kepuasan konsumen terbanyak di Kabupaten Alor? Tujuan Penelitian : Untuk mengetahui adanya perbedaan yang signifikan antara Toko Edward Elektronik Dengan Toko Prima Elektronik di Kabupaten Alor. Untuk mengetahui manakah dari kedua toko ini yang memiliki kepuasan konsumen terbanyak di Kabupaten Alor.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya Umar Husein, (2005:65). Seorang pelanggan, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Kotler dan Keller, (2007:117) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan konsumen adalah satu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan Basu Swasthan, (2000). Menurut Kotler dalam buku Sunyoto, (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan beberapa pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan merasa sangat puas senang atau kegembiraan.

Menurut teori Supranto dalam jurnal Susanti, (2012), kepuasan konsumen merupakan label yang di gunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Sedangkan

menurut Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

Kesesuaian yang mengalami ketidaksesuaian antara harapan dengan kinerja actual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi. Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut menurut para ahli, bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Kotler dan Keller (2009:117) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Bagi perusahaan yang berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran dan sekaligus alat pemasaran. Sedangkan Tes dan Wiltom (1988) dalam Lupiyoadi dan Handani (2006) menyebutkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketika sesuai (*disconfirmation*) yang dirasakan setelah pemakaian.

Assauri, (2012:11) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator kedepan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

Wilkie dalam Manurung, (2009) membagi kepuasan konsumen kedalam lima elemen, yaitu :

1. *Expectations* (Harapan)

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase parapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan expectation (pengharapan) atau keyakinan mengenai apa yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan suatu produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan kepada fase pasca pembelian, ketika mereka secara aktif mengkonsumsi kembali produk tersebut.

2. *Comparison* (Perbandingan)

Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan parapembelian dan persepsi kinerja actual yang pada akhirnya konsumen akan membandingkan keduanya.

3. *Kualitas* pelayanan

Konsumen akan merasa puasa jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, Karen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang puasa kemungkinan besar akan kembali menggunakan produk/jas yang sama.

4. *Harga*

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberik nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Kepuasan pengguna juga ditentukan oleh harga. Konsumen akan membandingkan harga antara beberapa *brand*. Jika produk/jasa. Anda memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pengguna akan merasa puas.

5. Emosi

konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang

diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas dengan merek tertentu.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan setelah konsumen membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang / jasa dari penjualan atau penyediaan barang / jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang / jasa.

Model Pengukuran Kepuasan Konsumen ada empat metode (Tjiptono, 2004:210) yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bias berupa kotak saran yang ditempatkan pada lokasi yang strategis (yang mudah dijangkau dan dilewati pelanggan), kartu komentar (biasanya dikirim melalui via pos ke perusahaan.

b. Ghost Shopping

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa ghost Shopping untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing.

c. Lots Customer Analysis

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Mulai survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balaiik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya

1. *Directly Reported Satisfaction* (kepuasan yang dilaporkan langsung). Pengukuran dilakukan menggunakan aitem – aitem spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan.
2. *Derived Satisfaction* (Kepuasan Bersala). Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama yaitu (1). Tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut relevan dan, (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja actual produk atau perusahaan bersangkutan.
3. *Problem Analysis (analisis masalah)*. Responden diminta menggunakan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.
4. *Importance-Performance Analysis* (Analisis Kinerja yang penting). Dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribus tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dinilai di Importance-performance Matrix. Matrix ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang – bidang spesifik, sehingga perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.

Kepuasan Konsumen merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan konsumen yang membandingkan antara tingkat-tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh konsumen. Adapun indikator kepuasan konsumen :

a. *Expectations* (Harapan)

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase parapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan expectation (pengharapan) atau keyakinan mengenai apa yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan suatu produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan kepada fase pasca pembelian, ketika mereka secara aktif mengkonsumsi kembali produk tersebut.

b. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, karena berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen yang puas kemungkinan besar akan kembali menggunakan produk/jas yang sama.

c. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen pasti menuntut anda untuk menyediakan produk yang bermutu sesuai dengan pengorbanan produk anda.

d. Emosi

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas dengan merek tertentu.

e. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Kepuasan pengguna juga ditentukan oleh harga. Konsumen akan membandingkan harga antara beberapa *brand*. Jika produk/jasa. Anda memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pengguna akan merasa puas.

Kotler, (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut :

1. Loyal Terhadap Produk

Konsumen puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut kemulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan menyatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi konsumen itu sendiri. Berikut manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan konsumen:

a. Reaksi Terhadap Produsen Berbiaya Rendah

Persaingan dalam banyak industry ditandai dengan overcapacity dan oversupllay. Dalam berbagai kaksus hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi parah produsen

b. Manfaat Ekonomi Retasi pelanggan versus perpetual Prospecting.

Berbagai studi menunjukkan bahawa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh murah dari pada terus menerus berupaya menarik atau memperospek pelanggan baru.

c. Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep *customer lifetime value*, upaya mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan selama priode waktu yang lama bisa menghasilkan antisias yang jahu lebih besar dari pada pembelian individu.

d. Daya persuasive (*word of mouth*)

*Dalam* banyak industry (terutama sektor jasa) pendapat atau opini dari teman dan keluarga jauh lebih persuasive dan kredibel dari pada iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Sebaliknya *Woud of mouth negative* bisa merusak reputasi dan citra perusahaan.

e. Reduksi Sensitivitas harga

Konsumen yang puas dan loyal terdapat sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawarkan harag untuk setiap pembeli individualnya. Hal itu disebabkan faktor kepercayaan (*trust*) telah terbentuk. Pelanggan yakin bahwa perusahaan langganannya tidak akan bersikap oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingna sesaat. Dalam banyak kasus, kepuasan konsumen mengalikan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang haru di perhatikan oleh perusahaan (Lupyoady, 2001) antara lain :

a. *Expectations* (Harapan)

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase parapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan expectation (pengharapan) atau keyakinan mengenai apa yang mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan suatu produk tersebut. Pengharapan ini akandilanjutkan kepada fase pasca pembelian, ketika mereka secara aktif mengkonsumsi kembali produk tersebut.

b. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bilah hasil mereka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen pasti menuntut anda untuk menyediakan produk yang bermutu sesuai dengan pengorbanan produk anda.

c. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa pusa jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Sangat penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, Karen berpengaruh terhadap kepuasan konsume. Konsumen yang puas kemungkinan besar akan kembali menggunakan produk/jasa yang sama.

d. Harga

Produk yang mempunyai kuallitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberik nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Kepuasan penggunajuga ditentukan oleh harga. Konsumen akan membandingkan harga antara beberapa *brand*. Jika produk/jasa. Anda memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pengguna akan merasa puas.

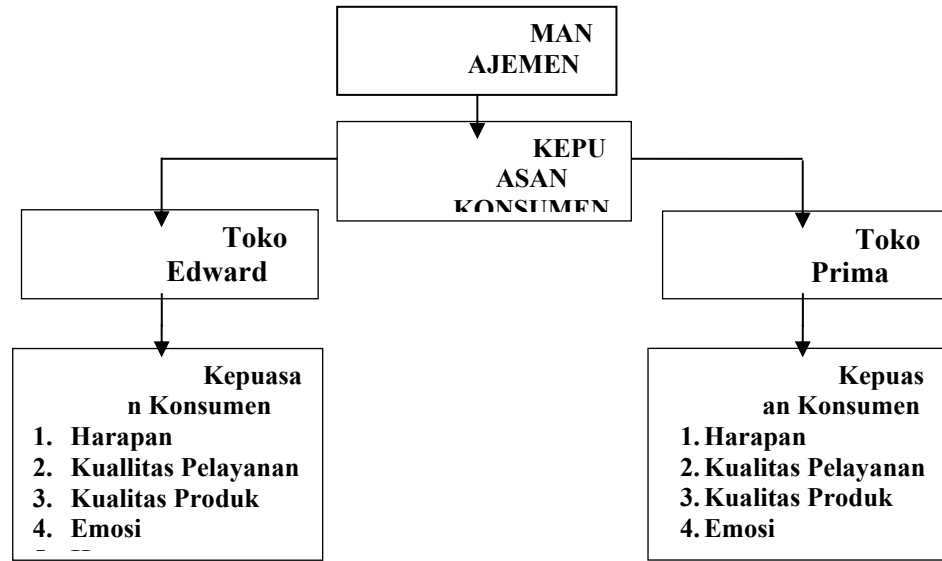
e. Emosi

konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa ornag lain akan kagum terhadap dia bila menggunkan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas dengan merek tertentu.

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dan sampel penelitian Adalah konsumen, antara Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik di Kabupaten Alor yang berjumlah 30 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan Sampel penelitian ini adalah Accidental Sampling, yang dilakukan pada saat penelitian dengan jumlah 37 orang responden/konsumen Toko Edward Elektronik Dengan Toko Prima Elektronik di Kabupaten Alor.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung, wawancara tidak berstruktur, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan 2 tahapan analisis yaitu analisis pendahuluan dan analisis lanjutan. Analisis pendahuluan terdiri atas analisis deskriptif jawaban responden, analisis uji kuesioner, dan analisis uji asumsi klasik. Analisis lanjutan terdiri atas analisis uji t beda dan pengambilan keputusan hipotesis, yang dapat dilihat sesuai gambar kerangka penelitian dibawah ini.



**Gambar 1. Kerangka Dasar Penelitian**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Jawaban Responden**

Deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

- a. Jawaban responden variabel kepuasan konsumen di Toko Edward Elektronik (X<sub>1</sub>)  
 ` Jawaban responden variabel kepuasan konsumen di Toko Edward Elektronik (X<sub>1</sub>) dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.**

**Jawaban responden variabel kepuasan konsumrn di Toko Edward Elektronik**

Item Pe rnytn	Jawaban Responden										
	SS (5)		S (4)		N (3)		T S (2)		S TS (1)		Jum lah
		%		%		%		%		%	
P1	0	27	6,66	5	3,33	2					000
P2	0	3,33	80	6	,33	3	,3				000
P3	6	28	0	6	0	1					000
P4	6	24	6,66	4	6,66	2					000
P5	3	3,33	50	5	,66	6					000

P6	2	0	4	4	6,66	3,33	1				0	00
P7		0	2	6	3,33	6	2				0	00
P8	1	6,66	3	6	3,33	,66	6				0	00
P9	9	3,33	6	0	3,33	,33	3				0	00
P10		6,66	1	7	6,66	6,66	2				0	00
P11	0	3,33	3	4	6,66	0	2				0	00
P12		0	3	3	3,33	6,66	2				0	00
P13		,66	6	0	6,66	3,33	2				0	00
P14		0	2	7	6,66	3,33	2				0	00
P15		0	2	3	3,33	6,66	3				0	00

Data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang menjawab pernyataan pertama dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 17 orang atau sebesar 56,66% dan kurang setuju 7 sebanyak orang atau sebesar 23,33%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan kedua dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33%, setuju sebanyak 18 orang atau sebesar 60% dan kurang setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan ketiga dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, setuju sebanyak 18 orang atau sebesar 60% dan kurang setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 10%. Pernyataan keempat dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, setuju sebanyak 14 orang atau sebesar 46,66% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26,66%. Pernyataan kelima dengan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33%, setuju sebanyak 15 orang atau sebesar 50% dan kurang setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 6,66%. Pernyataan keenam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 16 orang atau sebesar 53,33% dan kurang setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 13,33%. dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0. Pernyataan ketujuh dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 16 orang atau sebesar 53,33% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%. Pernyataan kedelapan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 36,66%, setuju sebanyak 16 orang atau sebesar 53,33% dan kurang setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 6,66%. Pernyataan kesembilan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang atau sebesar 63,33%, setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33% dan kurang setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 3,3%. Pernyataan kesepuluh dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau sebesar 16,66%, setuju sebanyak 17 orang atau

sebesar 56,66% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26,66%. Pernyataan kesebelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33%, setuju sebanyak 14 orang atau sebesar 46,66% dan kurang setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan keduabelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau sebesar 30%, setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26,66%, . Pernyataan ketigabelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 6,66%, setuju sebanyak 20 orang atau sebesar 66,66% dan kurang setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan keempatbelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 17 orang atau sebesar 56,66% dan kurang setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan kelimabelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 53,33% dan kurang setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 36,66%.

- b. Jawaban responden variabel kepuasan konsumen di Toko Prima Elektronik (X<sub>2</sub>)  
Jawaban responden variabel kepuasan konsumen di Toko Prima Elektronik (X<sub>2</sub>) dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 2.**  
**Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen Toko Prima Elektronik**

tem ernyt n	Jawaban Responden										
	SS (5)	S (4)		N (3)		T S (2)	S TS (1)		Juml ah		
1	2	0	2	0	0	0				0	00
2	0	3,33	2	0	3,33	,3				0	00
3	2	0	2	0	0					0	00
4		6	5	0	3,33					0	00
5		6	9	3,33	0					0	00
6	1	6	3	3,33	0					0	00
7		6	4	6,66	3	3,33				0	00
8	2	0	1	6	3,33					0	00
9		3,33	8	0	3,33					0	00

10	F	0	2	1	6,66	3	3,33	4				0	00
11	F	6	2	3	3,33		6	2		.33		0	00
12	F	0	3	3	6,33		6	2				0	00
13	F	0	2	0	3,33	3	3,33	4				0	00
14	F	3	4	3,33	4	3,33	0	4				0	00
15	F	0	3	3,33	6	3,33		6				0	00

Data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang menjawab pernyataan pertama dengan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40%, setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40% dan kurang setuju 6 sebanyak orang atau sebesar 20%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan kedua dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33%, setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40% dan kurang setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 3,3%. Pernyataan ketiga dengan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40%, setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40% dan kurang setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%. Pernyataan keempat dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, setuju sebanyak 15 orang atau sebesar 50% dan kurang setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%. Pernyataan kelima dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, setuju sebanyak 19 orang atau sebesar 63,33% dan kurang setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 40%. Pernyataan keenam dengan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 36%, setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33% dan kurang setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%. dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0. Pernyataan ketujuh dengan jawaban sangat setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 6%, setuju sebanyak 14 orang atau sebesar 46,66% dan kurang setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33%. Pernyataan kedelapan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 40%, setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 36% dan kurang setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%. Pernyataan kesembilan dengan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang atau sebesar 23,33%, setuju sebanyak 18 orang atau sebesar 60% dan kurang setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 13,33%. Pernyataan kesepuluh dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau sebesar 20%, setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 36,66% dan kurang setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33%. Pernyataan kesebelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau sebesar 3,33%. Pernyataan keduabelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 9 orang atau sebesar 30%, setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33% dan kurang setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 26,66%, . Pernyataan ketigabelas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang

atau sebesar 20%, setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33% dan kurang setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 43,33%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan keempatblas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang atau sebesar 34,33%, setuju sebanyak 14 orang atau sebesar 43,33% dan kurang setuju sebanyak 3 orang atau sebesar 40%, dan tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Pernyataan kelimablas dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 33,33%, setuju sebanyak 16 orang atau sebesar 53,33% dan kurang setuju sebanyak 2 orang atau sebesar 6,66%.

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk seberapa valid suatu aitem pertanyaan/pernyataan. Suatu aitem pertanyaan/pertanyaan dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,30$ . Sebaliknya suatu item pertanyaan/pernyataan dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,30$ . Untuk mengetahui tingkat validitas dari setiap pernyataan dalam kuesioner, digunakan rumus korelasi product moment dimana perhitungannya menggunakan SPSS 16.00 for windows.

a. Uji Validitas Toko Edward Elektronik

Hasil uji validitas responden Toko Edward Elektronik di sajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas, Korelasi Toko Edwrad Elektronik**

Item Pertanyaan	$R_{hitung}$	Syarat	Keterangan
P 1	0,744	0,30	Valid
P2	0,696	0,30	Valid
P3	0,511	0,30	Valid
P4	0,648	0,30	Valid
P5	0,508	0,30	Valid
P6	0,612	0,30	Valid
P7	0,692	0,30	Valid
P8	0,558	0,30	Valid
P9	0,311	0,30	Valid
P10	0,525	0,30	Valid
P11	0,626	0,30	Valid
P12	0,403	0,30	Valid
P13	0,318	0,30	Valid
P14	0,637	0,30	Valid
P15	0,617	0,30	Valid

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dimana dengan  $n < 100$ , maka diperoleh  $r_{validitas} = 0,30$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner responden Toko Edward Elektronik adalah valid karena nilai  $r_{hitung} > \text{Nilai validitas } 0,30$  oleh karena itu kuesioner yang terdiri atas 15 pernyataan tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

## b. Uji Validitas Toko Prima Elektronik

Hasil uji validitas responden Toko Prima Elektronik disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Korelasi Toko Prima Elektronik**

Item Pernyataan	r- hitung	S yarat	Keterang an
P1	0,5 60	0, 30	Valid
P2	0,6 71	0, 30	Valid
P3	0,6 84	0, 30	Valid
P4	0,5 65	0, 30	Valid
P5	0,4 61	0, 30	Valid
P6	0,6 44	0, 30	Valid
P7	0,5 18	0, 30	Valid
P8	0,6 46	0, 30	Valid
P9	0,5 50	0, 30	Valid
P10	0,3 47	0, 30	Valid
P11	0,6 21	0, 30	Valid
P12	0,5 10	0, 30	Valid
P13	0,7 39	0, 30	Valid
P14	0,7 60	0, 30	Valid
P15	0,5 03	0, 30	Valid

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dimana dengan  $n < 100$ , maka diperoleh  $r$  validitas = 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner responden Toko Prima Elektronik adalah valid karena nilai  $r_{hitung} >$  Nilai validitas 0,30 oleh karena itu kuesioner yang terdiri atas 15 pernyataan tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabelnya suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika reliabelnya  $\geq$  dari 0,60. Sebaliknya jika nilai reliabelnya  $<$  dari 0,60 maka variabel tersebut tidak reliabel. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari kuesioner, digunakan teknik perhitungan *cronbach's alpha*, dimana perhitungannya menggunakan SPSS 16.00 *for windows*.

a. Uji Reliabilitas Toko Edward Elektronik

Hasil uji reliabilitas Toko Edward Elektronik dengan *cronbach,s alpha* sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Toko Edward Elektronik**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,47	15

Hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,47. Nilai ini menunjukkan bahwa  $0,47 > 0,06$  sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian atau kuesioner variabel kepuasan konsumen pada Toko Edwrad Elektronik adalah reliabel.

b. Uji Reliabilitas Toko Prima Elektronik

Hasil uji reliabilitas Toko Prima Elektronik dengan *cronbach's alpha* sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Toko Prima Elektronik**

Cronbach's alpha	N of items
0,73	15

Perhitungan di atas menghasilkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,73 Nilai ini menunjukkan bahwa  $0,73 > 0,60$  oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian atau kuesioner variabel kepuasan konsumen pada Toko Prima Elektronik adalah reliabel.

**Uji Asumsi klasik**

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan uji homogenitas.

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 7.**  
**Hasil uji normalitas**

			Unstand ardized Residual
N			30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean		.000000
	Std. Deviation		.982607
Most Differences	Extreme	Absolute	.121
		Positive	.121
		Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z			.665
Asymp. Sig. (2-tailed)			.769

Dalam menganalisis keputusan dilihat dari hasil uji Kolmogorov – Smimov. Hipotesis yang dapat dibuat Variabel residual terdistribusi normal Nilai Normaliti pada Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik adalah 0,769 lebih besar dari nilai alfa( $0,769 > 0,05$ ) maka  $H_0$  di terima dan variabel Residual terdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Hasil uji homogenitas dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 8.**  
**Hasil uji homogenitas**

Levene Statistic	df	df2	Sig.
1.900	1	58	0,985

Hasil pengujian di atas menunjukkan nilai signifikan  $0,985 > 0,05$  maka variansnya adalah sama atau homogen, dan dinyatakan lolos dalam uji homogenitas.

**Analisis Lanjutan**

**Analisis Deskriptif Penelitian**

Analisis deskriptif penelitian merupakan analisis perbandingan kepuasan konsumen pada Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik dimana analisis ini dilakukan berdasarkan tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan di setiap indikator variabel.

1. Perilaku Responden Toko Edwrad Elektronik

Deskripsi tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen pada Toko Edwrad Elektronik yang telah dihitung berupa Capaian Indikator dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 9**

**Capaian Indikator Toko Edward Elektronik**

No	Sub Variabel/indikator	Presentase Capaian Indikator (%)	Kategori Pembobotan Capaian Indikator
<b>Kepuasan Konsumen Toko Edward Elektronik</b>			
1	Harapan	57.80	Cukup baik
2	Kualitas Pelayanan	70.60	Baik
3	Kualitas Produk	70.00	Baik
4	Harga	73.40	Baik
5	Emosi	68.60	Baik
	<b>Jumlah Total</b>	<b>68.08</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan tabel diatas, Capaian Indikator kepuasan konsumen Toko Edward Elektronik menunjukan presentase sebesar 68,08% dengan kategori baik. capaian indikator tersebut merupakan rata-rata dari 5 sub variabel kepuasan konsumen Toko Edward Elektronik yang meliputi Harapan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Emosi.

## 2. Perilaku Konsumen Toko Prima Elektronik

Deskripsi tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen pada Toko Prima Elektronik yang telah dihitung pada tabel berikut:

**Tabel 10.****Capaian Indikator Toko Prima Elektronik**

No	Sub Variabel/indikator	Presentase Capaian Indikator (%)	Kategori Pembobotan Capaian Indikator
<b>Kepuasan Konsumen Toko Prima Elektronik</b>			
1	Harapan	55.00	Cukup Baik
2	Kualitas Pelayanan	58.40	Cukup Baik
3	Kualitas Produk	57.80	Cukup Baik
4	Harga	54.60	Cukup Baik
5	Emosi	55.00	Cukup Baik
	<b>Jumlah Total</b>	<b>56.16%</b>	<b>Cukup Baik</b>

Berdasarkan tabel diatas, Capaian Indikator kepuasan konsumen Toko Prima Elektronik sebesar 56.16% dengan kategori cukup baik. Capaian indikator tersebut merupakan rata-rata dari 5 sub variabel Kepuasan Konsumen Toko Prima Elektronik yang meliputi Harapan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Emosi.

## 3. Uji t Beda

Analisis ini dilakukan untuk membandingkan antanra kepuasan konsumen pada Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 11. Hasil uji t beda**

**Paired Samples Statistics**

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Paired 1 postes	61.6667	30	2.80803	.51267
Paired 2 postes	60.5333	30	3.03694	.55447

**Paired Samples Correlations**

	N	Correlation	Sig.
Paired 1 postes & Paired 2 postes	30	-.136	.473

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Paired 1 postes - Paired 2 postes	1.13333	4.40793	.80478	-.51262	2.77928	1.408	29	.170

Hasil perhitungan uji t beda dengan program SPSS 22.00 for windows di atas menunjukkan nilai uji t adalah 1,408 dengan derajat kebebasan (df) 29 dan juga nilai signifikansi uji t pada uji 2 pihak dengan nilai 0,170. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen antara Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik di Kabupaten Alor.

**Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari hasil analisis pendahuluan dan lanjutan di atas maka berikut ini dapat di sampaikan bahwa ternyata ada perbedaan yang cukup signifikan antara kepuasan konsumen di Toko Edward Elektronik dan Prima Elektronik. Dan juga dari tanggapan responden lewat kuesioner menyatakan rata-rata kepuasan konsumen di Toko Edward Elektronik lebih baik dengan capaian indikator 68,08%, lebih tinggi jika di dibandingkan dengan tanggapan responden lewat kuesioner terhadap toko Prima Elektronik yang hanya mencapai angka rata-rata 56,16%. Nugroho dalam

Setyo, (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalalam satu perusahaan.

Perbandingan Kepuasan Konsumen menggunakan dua aplikasi transportasi online menggunakan metode servquai sehingga untu menarik dan mempertahankan konsumen untuk datang berbelanja di Toko Prima Elektronik, perlu ada pembenahaan faktor-fktor yang mempengaruhi langsung Kepuasan Konsumen baik yaitu, Harapan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Emosi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian yang kemudian telah dianalisis menggunakan Campion Indikator dan Uji t maka diperoleh sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen pada Toko Edward Elektronik adalah baik yang ditandai dengan nilai Capaian Indikator kepuasan konsumen sebesar 68,08%.
2. Kepuasan Konsumen pada Toko Prima Elektronik adalah cukup baik yang ditandai dengan nilai Capaian Indikator kepuasan konsumen sebesar 56,16%.
3. Ada perbedaan kepuasan konsumen antara Toko Edward Elektronik dan Toko Prima Elektronik yang ditandai dengan nilai uji t beda sebesar 1,408 dengan nilai signifikansi sebesar 0,170.
4. Toko Edward Elektronik memiliki nilai kepuasan konsumen yang lebih baik dari pada Toko Prima Elektronik yakni sebesar 68,08%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., ... & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitafi. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Anigomang, F. (2025). The Influence of Product Diversity, Location and Service Quality on Purchasing Decisions at the Viktory Kalabahi Store, Alor District. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.C), 51-68. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11448>
- Anigomang, F., Elita, A., & Amaral, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ikan Asin Di Desa Bungabali Kecamatan Pantar Timur Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 991-998. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13309508>
- Awang, M., Rane, M., & Niha, S. (2024). Pengaruh Lokasi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Sahabat Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 1049-1063. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13312395>
- Dollu, A., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Bengkel Omega Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1086-1099. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10444371>
- Duka, M., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kevin Salon Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kevin Salon

- Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 1005-1019. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461483>
- Famaney, L., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Roxy Market Dan Victory Market Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 987-1004. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10461236>
- Fanmakani, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Saty Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Kantor Home Stay Tamala Di Kelurahan Kalabahi Timur Kecamatan Teluk Mutiara. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 925-941. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10460889>
- Firdaus, F., Yufrinalis, M., Fil, S., Putri, R., Supriyanto, S. A. B., Peny, T. L., ... & Ardi Afrizal, S. E. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Lasitang, T., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis strategi wisata alam curug lewi hejo menggunakan media sosial, menjadi "Analsis biblio matrik Wisata Alam di 2023". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 1010-1025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10213656>
- Lau, O., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DI DEALER HONDA PT. MPM MOTOR DI KOTA KALABAH I KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 983-1000. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10247185>
- Lauhade, M., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SUKA-SUKA KALABAH I KABUPATEN ALOR. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 936-955. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10223400>
- Maruli, E. (2025). Analysis Of The Influence Of Product, Price And Location On Consumer Purchase Interest In Nusa Lontar Mola Photo Copy Shop, East Welai Village Teluk Mutiara District, Alor Regency. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.B), 32-43. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11439>
- Maruli, E., Djawang, J. U., & Manafe, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Biaya Dan Distribusi Terhadap Pendapatan Petani Ubi Porang Di Desa Kuifana Kecamatan Abad Selatan Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(12), 1034-1048. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13312263>
- Maukari, L., Anigomang, F., Maruli, E., & Awang, M. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Di Tempat Wisata Tradisional Takpala Desa Lembur Barat Kecamatan Alor Tenga Utara Kabupaten Alor Tahun 2022-2023. *Jurnal Ilmiah Wahana*

- Pendidikan*, 9(25), 1020-1034.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10461594>
- Moikalong, E., Awang, M., Anigomang, F., & Maruli, E. (2023). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Lego-Lego Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 1001-1017.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10440830>
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., ... & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tuati, I., Maruli, E., Awang, M., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor (Studi Kasus Pada Toko Prima Elektronik Kalabahi Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 971-986.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10461105>