**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Gambaran Umum Obyek Penelitian**
2. Profil CV Mega Makmur Kabupaten Semarang

CV Mega Makmur adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang distributor dan didirikan oleh Winanto Wibowo, SE. Pada awalnya CV Mega Makmur ini didirikan pada tanggal 01 Maret 2020 sebagai bentuk anak cabang dari perusahaan induk yang bertempatan di Kota Semarang untuk mengembangkan usaha didivisi distribusi yang saling menguntungkan antara produsen, distributor dan pelanggan. Secara garis besar kegiatan usaha CV Mega Makmur ini adalah kegiatan distribusi yang memperpendek jalur antara produsen dengan konsumen. Perusahaan ini terletak di Jalan Slamet Riyadi No. 11, Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang. Hingga saat ini, CV Mega Makmur memiliki 2 kantor cabang yang yang terletak di wilayah Kota Semarang dan Kabupaten Semarang. Untuk wilayah Kota Semarang sendiri cakupan area pemasarannya cukup luas yaitu meliputi wilayah Semarang Kota, Kendal, dan Demak. Untuk wilayah Kabupaten Semarang sendiri cakupan area pemasarannya yaitu Ungaran, Salatiga, dan Ambarwa. Customer dari CV Mega Makmur ini cukup bervariasi mulai dari outlet-outlet, toko kecil maupun besar, swalayan dan supermarket.

CV Mega Makmur menekankan pada persedian barang yang berkualitas, sehingga kami siap melaksanakan kerjasama jangka panjang dan saling menguntungkan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, optimal dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan untuk memenuhi pengadaan barang-barang yang dibutuhkan pelanggan ataupun rekanan. Visi perusahaan yaitu menjadi sebuah distribusi besar untuk produk “Consumer Goods” yang bermutu serta menguntungkan di wilayah pemasaran. Misi perusahaan yaitu membentuk divisi distribusi yang saling menguntungkan antara produsen, distribusi dan pelanggan serta memiliki konsep distribusi yang tepat dan didukung organisasi yang sehat.

1. Visi dan Misi CV Mega Makmur Kabupaten Semarang
2. Visi

Menjadi sebuah distribusi besar untuk produk “Consumer Goods” yang bermutu serta menguntungkan di wilayah pemasaran.

1. Misi

Membentuk divisi distribusi yang saling menguntungkan antara produsen, distribusi dan pelanggan serta memiliki konsep distribusi yang tepat dan didukung organisasi yang sehat.

1. **Deskripsi Responden**

Dari hasil penelitian di CV Mega Makmur Kabupaten Semarang didapatkan data primer. Data tersebut nantinya digunakan untuk keperluan analisa yang selanjutnya akan diambil kesimpulan dari data penelitian ini.

CV Mega Makmur Kabupaten Semarang bekerjasama dengan 300 outlet yang dikelompokkan ke dalam kategori tertentu. Pengelompokkan tersebut didasarkan pada jenis kelamin dan tingkat pendidikan *partner*.

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel IV.1**

**Partner CV Mega Makmur Kabupaten Semarang**

**Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis kelamin | Jumlah | Persentase |
| 1. | Laki-laki | 40 | 53,3 |
| 2. | Perempuan | 35 | 46,7 |
|  | Total | 75 | 100 |

Sumber: CV Mega Makmur Kabupaten Semarang

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa *partner* yang bekerjasama dengan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang terdiri dari mitra laki- laki sebanyak 40 orang (53,3%) dan mitra perempuan sebanyak 35 orang (46,7%). Dari data ini menunjukkan bahwa mayoritas mitra adalah laki- laki. Dapat dilihat, komposisi mitra berdasarkan jenis kelamin tidak seimbang. Akan tetapi, hal ini tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena kegiatan pelayanan jual-beli pada umumnya bisa dilakukan oleh mitra laki-laki maupun perempuan.

1. Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel IV.2**

**Partner CV Mega Makmur Kabupaten Semarang**

**Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persentase |
| 1 | SMP | 6 | 8 |
| 1. | SMA/K | 31 | 41,3 |
| 2. | D3 | 12 | 6,516 |
| 3. | S1 | 20 | 26,7 |
| 4. | >S1 | 6 | 8 |
|  | Total | 75 | 100 |

Sumber: CV Mega Makmur Kabupaten Semarang

Dapat diketahui pada tabel di atas bahwa mitra CV Mega Makmur paling banyak adalah yang berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 31 orang, Sarjana sebanyak 20 orang, Diploma sebanyak 12 orang, serta yang berpendidikan >S1 dan SMP masing-masing ada 6 orang. Presentasi terbesar pada pendidikan SMA/Sederajat dikarenakan responden penetilian adalah pemilik toko retail berada di wilayah jauh dari perkotaan yang rata-rata tingkat pendidikan SMA/Sederajat.

1. **Hasil Analisa Data**
2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

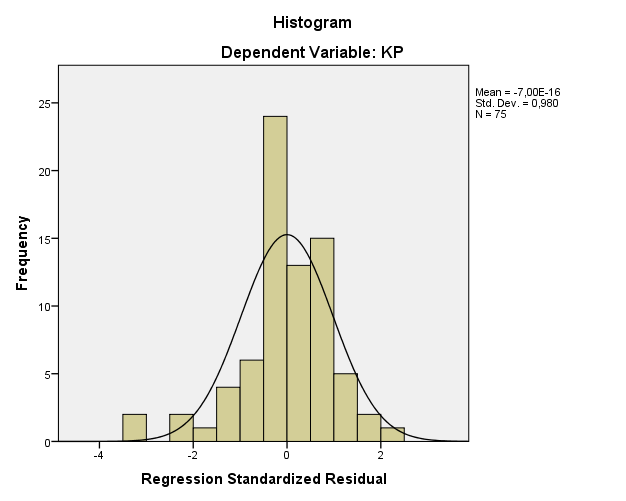
**Tabel IV.3**

**Hasil Uji Normalitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Kolmogorov-smirnov Z* | *Asymp. Sig. (2-tailed)* | Batas | Keterangan |
| 1,106 | 0,173 | 0,05 | Normal |

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

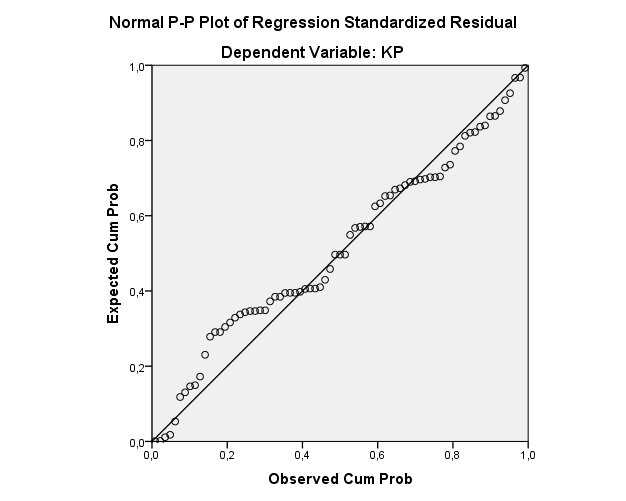
Hasil pengujian *Kolmogrov-Smirnov* diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi lebih besar daari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

**Gambar IV.1**

**Histogram normal plot**

Pada gambar IV.1 di atas pada normal Plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal karena membentuk lengkungan cekung seperti lonceng.

**Gambar IV.2**

**Grafik P-P *plot of regresion standardized residual***

Pada gambar IV.2 grafik P-P *plot of regresion standardized residual* di atas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histograf. Dapat disimpulkan kedua gambar grafik di atas menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikolenieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas pada sebuah variabel dapat diketahui dengan nilai *Variance Inflaction Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance* masing – masing dari variabel bebasnya. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka dapat dinyatakan tidak ada multikolinearitas antara variabel bebasnya.

**Tabel IV.4**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Model* | *Collinearity Statistic* | | Keterangan |
| *Tolerance* | *VIF* |
| Ketersediaan Barang | 0,977 | 1,024 | Bebas Multikolinearitas |
| Retur | 0,998 | 1,002 | Bebas Multikolinearitas |
| *Service Excellent* | 0,977 | 1,023 | Bebas Multikolinearitas |

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan dengan uji Glejser yang dihasilkan dari output program SPSS versi 21 di bawah ini:

**Tabel IV.5**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | *Sig.*  (P value) | Kesimpulan |
| Ketersediaan Barang | 0,499 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Retur | 0,264 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Service Excellent | 0,961 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan dalam tabel di atas, terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *Sig.* lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpukan bahwa semua variabel bebas tersebut tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik, sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan program SPSS 21 diperoleh hasil seperti tabel di bawah ini:

**Tabel IV.6**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | *Unstandardized*  *Coefficients* | |
|  | B | *Std. Error* |
| (*Constant*) | 7,274 | 3,047 |
| Ketersediaan Barang | 0,350 | 0,110 |
| Retur | 0,160 | 0,096 |
| *Service Excellent* | 0,212 | 0,074 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil di atas dapat dirumuskan model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

Y = 7,724 + 0,350 X1 + 0,160 X2 + 0,212 X3 + e

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 7,274

Artinya jika nilai konstanta (a) + 7,274 sedangkan variabel ketersediaan barang (X1), retur (X2), dan service excellent (X3) dianggap konstan atau sama dengan nol, maka variabel kepuasan pelanggan sebesar 7,274 dan menunjukan hasil yang positif.

1. Koefisien Ketersediaan Barang (b1) = 0,350

Artinya jika nilai koefisiensi variabel ketersediaan barang mengalami kenaikan, sementara variabel retur dan servuce excellent diasumsikan nilai dari model regresi adalah tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,350 dan menunjukkan hasil yang positif.

1. Koefisien Retur (b2) = 0,160

Artinya jika nilai koefisiensi variabel retur megalami kenaikan, sementara variabel ketersediaan barang dan service excellent diasumsikan nilai dari model regresi adalah tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,160 dan menunjukkan hasil yang positif.

1. Koefisien *Service Excellent* (b3) = 0,212

Artinya jika nilai koefisien variabel *service excellent* mengalami kenaikan, sementara variabel ketersediaan barang dan retur diasumsikan nilai dari model regresi adalah tetap, maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,212 dan menunjukkan hasil yang positif.

Dari hasil analisis regresi linier berganda di atas dapat diketahui bahwa variabel ketersediaan barang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan, karena koefisien regresinya mempunyai nilai paling besar di antara variabel lainnya yaitu sebesar 0,350.

1. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dengan menggunakan uji F. Perhitungan regresi secara simultan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel IV.7**

**Hasil Uji F**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Model* | F | *Sig.* | Keterangan |
| Regression | 8,025 | ,000b | H0 ditolak, Ha diterima |
| Residual |  |  |  |
| Total |  |  |  |

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Adapun langkah-langkah untuk pengujian Uji F adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Ho dan Ha

Ho: β1 = β2 = β3 = 0; Berarti tidak ada pengaruh antara ketersediaan barang (X1), retur (X2), dan *service excellent* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha: β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0; Berarti ada pengaruh antara ketersediaan barang (X1), retur (X2), dan *service excellent* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Tingkat *Level of signifikan* (α) = 0,05

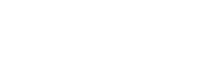
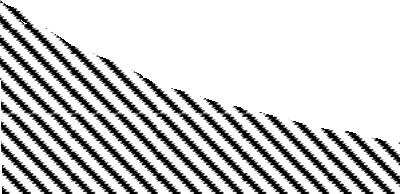
Ftabel = α; (k-1; n-k)

= 0,05; (4-1;75-4)

= 0,05; (3; 71)

= 2,734

1. Kriteria pengujian



2,734

Ho ditolak

Ho diterima

8,025

**Gambar IV.3**

**Hasil Uji F**

Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel yaitu 8,025 < 2,734

Ho ditolak apabila Fhitung > Ftabel yaitu 8,025 > 2,734

1. Nilai F hitung

Diketahui hasil Fhitung = 8,025 dari analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.

1. Keputusan

Hasil analisis data yang telah didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 8,025 sedangkan Ftabel sebesar 2,734 dan signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak. Dan dapat disimpulkan Ha diterima, itu artinya ada pengaruh simultan antara variabel ketersediaan barang (X1), retur (X2) dan *service excellent* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat dari hasil *output* analisis data sebagai berikut:

**Tabel IV.8**

**Hasil Uji t**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | t | ttabel | *Sig.* |
| Ketersediaan Barang | 3,179 | 1,992 | 0,002 |
| Retur | 1,668 | 1,992 | 0,100 |
| *Service Excellent* | 2,859 | 1,992 | 0,006 |
|  |  |  |  |

Sumber: Data primer yang diolah,2021

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Uji pengaruh ketersediaan barang (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:
2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara ketersediaan barang (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha : β1 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara ketersediaan barang (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Tingkat *Level of signifikan* (α) = 0,05

ttabel = α/2; (n-k-1)

= 0,025; (75-3-1)

= 0,025; 71

= 1,992

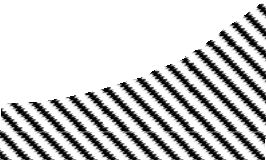
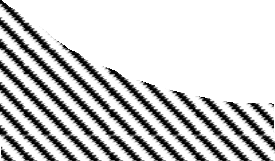
1. Kriteria pengujian

**Gambar IV.4**

0

**Uji t ketersediaan barang**

Daerah ditolak



Daerah ditolak

Daerah diterima

-1,992

Ho diterima jika -1,992 ≤ thitung ≤ 1,992

1,992

Ho ditolak jika -thitung ≤ -1,992 atau thitung ≥ 1,992

1. Menentukan nilai t

Hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 21, maka diketahui bahwa thitung ketersediaan barang (X1) = 3,179

1. Keputusan

Hasil perhitungan menunjukkan thitung > ttabel (3,179 > 1,992) dan nilai signifikansi (0,002 < 0,05), maka Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan barang (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Uji pengaruh retur (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:
2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β2 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara retur (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha : β2 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara retur (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Tingkat *Level of signifikan* (α) = 0,05

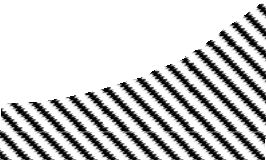
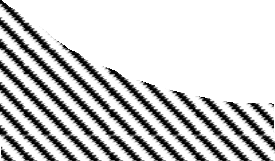
ttabel = α/2; (n-k-1)

= 0,025; (75-3-1)

= 0,025; 71

= 1,992

1. Kriteria pengujian



Daerah ditolak

Daerah diterima

-1,992

Daerah ditolak

0

1,992

**Gambar IV.5**

**Uji t retur**

Ho diterima jika -1,992 ≤ thitung ≤ 1,992

Ho ditolak jika -thitung ≤ -1,992 atau thitung ≥ 1,992

1. Menentukan nilai t

Hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 21, maka diketahui bahwa thitung retur (X2) = 1,668

1. Keputusan

Hasil perhitungan menunjukkan thitung < ttabel (1,668 < 1,992) dan nilai signifikansi (0,100 < 0,05), maka Ho diterima dan Ha ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel retur (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Uji pengaruh service excellent (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:
2. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = 0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara *service excellent* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Ha : β1 ≠ 0, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service excellent* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Tingkat *Level of signifikan* (α) = 0,05

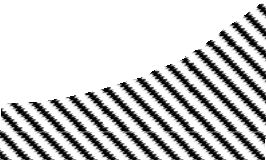
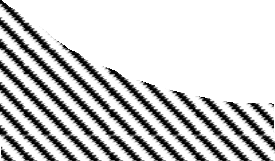
ttabel = α/2; (n-k-1)

= 0,025; (75-3-1)

= 0,025; 71

= 1,992

1. Kriteria pengujian



Daerah ditolak

Daerah diterima

-1,992

1,992

0

Daerah ditolak

**Gambar IV.6**

**Uji t *service excellent***

Ho diterima jika -1,992 ≤ thitung ≤ 1,992

Ho ditolak jika -thitung ≤ -1,992 atau thitung ≥ 1,992

1. Menentukan nilai t

Hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 21, maka dapat diketahui bahwa thitung *service excellent* (X3) = 2,859

1. Keputusan

Hasil perhitungan menunjukkan thitung > ttabel (2,859 > 1,992) dan nilai signifikansi (0,006 < 0,05), maka Ho ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *service excellent* (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependent yang dapat dijelaskan oleh variabel independentnya. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Berikut ini merupakan hasil dari koefisien determinasi:

**Tabel IV.9**

**Hasil Koefisien Determinasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *R* | *R Square* | *Adjusted R Square* |
| **0,503a** | **0,253** | **0,222** |

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Hasil dari perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,222. Hal ini berarti 22,2% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel ketersediaan barang, retur, dan *service excellent*, sedangkan sisanya sebesar 77,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Misalnya, keunggulan bersaing, kepercayaan, *brand image* dan lain- lain.

1. **Pembahasan**
2. Pengaruh ketersediaan barang, retur, dan service excellent terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 21 diketahui bahwa Fhitung > Ftabel (8,025 > 2,734) dan nilai signifikansi uji F sebesar (0,000 < 0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan barang, retur, dan *service excellent* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang. Hal ini merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam pelaksanaannya perusahaan berupaya memberikan produk yang berkualitas dengan ketersediaan barang yang lengkap, memberikan jaminan keamanan dari produk yaitu pelayanan retur, memberikan kualitas pelayanan yang ramah dan fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Laurent (2016) yaitu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa faktor ketersediaan barang, retur, dan *service excellent* merupakan faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur.

1. Pengaruh ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 21 diketahui bahwa thitung > ttabel (3,179 > 1,992) dengan nilai signifikansi sebesar (0,002 < 0,05) artinya Ho ditolak dan Ha diterima, maka secara parsial ketersediaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang . Ini merupakan keungulan perusahaan yang mana perusahaan dapat menciptakan sistem yang dijadikan sebagai media untuk mengelola persediaan barang. Sehingga pelanggan merasa puas dengan kertersediaan barang yang berkualitas dan lengkap serta pelanggan dapat mengakses ketersediaan barang via online menggunakan aplikasi EMOS.

Hal ini didukung penelitian Halimah, Amanah (2018) dan Wulandari, Sari (2020) yaitu variabel ketersediaan barang yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh retur terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 21 diketahui bahwa thitung < ttabel (1,668 < 1,992) dengan nilai signifikansi sebesar (0,100 > 0,05) artinya Ho diterima dan Ha ditolak, maka secara parsial retur tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang. Pelayanan retur tanpa membebankan biaya menjadi salah satu stragegi perusahaan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Namun, perusahaan berupaya meminimalisir ratio retur yang mana dalam pelaksananya perusahaan selalu memperhatikan dengan teliti pengiriman pesanan barang pelanggan, *visibility* yang menarik, dan memberikan *support promo* *flush out* agar barang segera terjual ke konsumen sehingga tidak berpotensi retur. Hal ini didukung penelitan Siwu (2016) dan Afrizal (2016).

1. Pengaruh *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 21 diketahui bahwa thitung > ttabel (2,859 > 1,992) dengan nilai signifikansi sebesar (0,006 > 0,05) artinya Ho ditolak dan Ha diterima, maka secara parsial *service excellent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mega Makmur Kabupaten Semarang. Ini disebabkan perusahaan mempunyai standart kualitas pelayanan pelanggan guna menjaga loyalitas dan menciptakan kepuasan pelanggan. Baik dari segi karyawan yang menjaga penampilan, sikap, dan cara komunikasi yang baik serta dari segi operasional yang selalu mengutamakan on time delivery. Hal ini didukung penelitan Asih (2016) dan Nizar dan Soleh (2016).