

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)

Andi Nelli Astini

G021 18 1359



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)

Andi Nelli Astini

G021 18 1359

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pertanian

pada

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas Pertanian

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

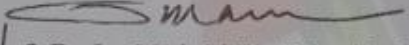
2022

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)

Nama : Andi Nelli Astini

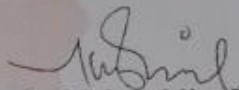
NIM : G021 18 1359

Disetujui oleh:



Prof. Dr. Ir. Mujahidin Fahmid, M.T.D.

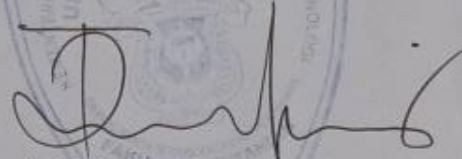
Ketua



Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.

Anggota

Diketahui oleh:



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.

Ketua Departemen

Tanggal Lulus: 28 November 2022

**PANITIA UJIAN SARJANA
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar,
Provinsi Sulawesi Selatan)**

NAMA MAHASISWA : ANDI NELLI ASTINI

NOMOR POKOK : G021 18 1359

SUSUNAN PENGUJI

Prof. Dr. Ir. Mujahidin Fahmid, M.T.D.

Ketua Sidang

Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.

Anggota

Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S.

Anggota

Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si.

Anggota

Tanggal Ujian : 28 November 2022

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)*" benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan didalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 05 November 2022



ANDI NELLI ASTINI
G021 18 1359

ABSTRAK

ANDI NELLI ASTINI. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan). Pembimbing: MUJAHIDIN FAHMID dan MAHYUDDIN. Penguji: RAHIM DARMA dan RAHMADANIH

Banyaknya pelaku usaha yang sama akan menimbulkan terjadinya persaingan. Para produsen harus lebih kreatif agar dapat memenuhi selera pelanggan. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang baik. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dan menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Delta Farm Kecamatan Biringkanaya, Ciplu Hidrofarm Kecamatan Tamalanrea, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar Kecamatan Manggala, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan bulan Juni-Juli 2022. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan selada hidroponik di Taman Hidroponik Al-Kautsar dan berpengaruh positif tidak signifikan di Delta Farm dan Ciplu Hidrofarm. Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan selada hidroponik di Ciplu Hidrofarm. Pada Delta Farm dan Taman Hidroponik Al-Kautsar nilai pelanggan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan di Ciplu Hidrofarm namun berpengaruh positif tidak signifikan di Delta Farm dan Taman Hidroponik Al-Kautsar. Semakin baik kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Hidroponik, Selada, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

ANDI NELLI ASTINI. *The Influence of Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction (Study on Hydroponic Lettuce Customers, Makassar City, South Sulawesi Province)*. Supervisor by: MUJAHIDIN FAHMID and MAHYUDDIN. Examiner by: RAHIM DARMA and RAHMADANIH

The number of the same business actors will lead to competition. Producers must be more creative in order to meet customer tastes. One way is to implement good service quality and customer value. The purpose of this study was to analyze the effect of service quality on customer satisfaction, analyze the effect of customer value on customer satisfaction, and analyze the effect of service quality on customer satisfaction through customer value. This research was conducted at Delta Farm in Biringkanaya District, Ciplu Hidrofarm in Tamalanrea District, and Taman Hidroponik Al-Kautsar in Manggala District, Makassar City, South Sulawesi Province in June-July 2022. The data analysis used was Structural Equation Modeling-Partial Least Square. The test results show that service quality has a positive and significant effect on hydroponic lettuce customer satisfaction at Taman Hidroponik Al-Kautsar and no significant positive effect on Delta Farm and Ciplu Hidrofarm. Customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction of hydroponic lettuce at Ciplu Hidrofarm. At Delta Farm and Taman Hidroponik Al-Kautsar, customer value has a positive but not significant effect. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction through customer value at Ciplu Hidrofarm but has no significant positive effect on Delta Farm and Taman Hidroponik Al-Kautsar. The better the service quality and value perceived by the customer, the higher the customer satisfaction.

Keywords: *Hydroponics, Lettuce, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction*

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Andi Nelli Astini, dilahirkan di Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan, pada tanggal 26 November 2000. Anak pertama dari dua bersaudara dalam keluarga pasangan Andi Mustawa dan Andi Rosdiani. Riwayat pendidikan formal penulis yaitu TK Satu Atap SDN. 188 Tomantang lulusan tahun 2006, SDN. 188 Tomantang lulusan tahun 2015, MTSN. 151 Sinjai Borong yang saat ini telah berganti nama menjadi MTSN. 2 Sinjai lulusan tahun 2015, SMAN. 8 Sinjai lulusan tahun 2018 dan Universitas Hasanuddin, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian. Pada masa sekolah, penulis bergabung dalam organisasi OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah), ROHIS (Rohani Islam), dan Pramuka serta sering mengikuti berbagai perlombaan seperti olimpiade, senam, tari, qasidah, dan vokal grup. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa melalui jalur SBMPTN. Selama kuliah, penulis menjadi anggota penuh pada himpunan MISEKTA (Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian) dan mengikuti beberapa kegiatan kepanitiaan. Pada tahun 2021 penulis melakukan kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Gelombang 106 di Desa Palangka, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai. Penulis pernah menjadi asisten/*mentor* mata kuliah Kewirausahaan sebanyak dua kali, yakni pada mahasiswa Program Studi Agroteknologi semester akhir tahun akademik 2020/2021 dan pada mahasiswa Program Studi Agribisnis pada semester awal tahun akademik 2021/2022. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman kerja, penulis sering mengikuti pelatihan/seminar dan pernah melakukan magang di Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan Kabupaten Sinjai selama sebulan pada tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Selada Hidroponik, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan)*". Skripsi ini dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan dan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan serta sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Mujahidin Fahmid, M.T.D. dan Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun, dilihat berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, penulis persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Terima kasih.

Makassar, 05 November 2022

Penulis,

Andi Nelli Astini

PERSANTUNAN

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Butuh usaha yang keras dan banyak hambatan yang dilalui. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa orang-orang baik di sekeliling penulis yang memberikan bantuan, bimbingan, dan dorongan berupa moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini dengan ketulusan dan kerendahan hati serta penuh rasa homat, penulis ingin menghaturkan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik (PA), Bapak Prof. Dr. Ir. Mujahidin Fahmid, M.T.D. dan pembimbing II Bapak Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si. yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar, banyak memberikan masukan yang bermanfaat, dan selalu meluangkan waktu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Penguji I dan Penguji II, Bapak Prof. Dr. Ir. Rahim Darma, M.S. dan Ibu Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si. yang telah memberikan koreksi, kritik, dan saran demi perbaikan skripsi ini mulai dari penyusunan proposal hingga naskah skripsi ini selesai.
3. Panitia seminar proposal dan sidang ujian akhir, Ibu Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc. dan Kak Rio Akbar Rahmatullah, S.P. yang telah membantu mengarahkan dan memfasilitasi penulis sehingga seminar proposal dan sidang ujian akhir dapat berjalan dengan lancar.
4. Ketua dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si. dan Bapak Ir. Rusli M. Rukka, M.Si. yang telah mengayomi dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang selama ini banyak berperan dalam memberikan pengalaman baru dan telah membekali penulis dengan begitu banyak ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat sehingga dapat menunjang skripsi ini.
6. Seluruh staf dan pegawai di Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, terkhusus Bapak M. Rusli dan Ibu Fatima, S.Pd. yang telah membantu dalam setiap proses administrasi.
7. Kedua orang tua tercinta, etta Andi Mustawa dan mama Andi Rosdiani yang selama ini telah sabar dalam memberikan perhatian, limpahan kasih sayang, pengorbanan, semangat dan dorongan yang sangat luar biasa, serta doa tulus yang tidak pernah henti mengalir di setiap langkah penulis. Kemudian kepada adikku tersayang Andi Ishak yang selalu menyemangati dan mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi.
8. *Support system*, Rizal Akbar yang banyak membantu dan menemani penulis dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini, selalu *memfollow up* perkembangan skripsi penulis, memberikan dukungan finansial, dan menghibur serta menyemangati penulis ketika *down*.
9. Pihak Toko Hidroponik: Ibu Fenny (Delta Farm), Kak Ika (Ciplu Hidrofarm), dan Kak Dini (Taman Hidroponik Al-Kautsar) yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat melangsungkan penelitian di tokonya dan mempermudah penulis

dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan, serta meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyebarkan kuesioner kepada pelanggannya.

10. Sahabat sefrekuensi: Sasmita, Andi Mien Rahayu, dan Citra Maelani Firman yang selalu ada dikala suka dan duka selama perkuliahan, tempat bertukar pikiran, saling membantu dan memotivasi satu sama lain.
11. Teman seperbimbingan, khususnya Ananda Rachimna Zurrayda dan Iqramnya yang selalu menanyakan *progress* skripsi dan memberikan dukungan serta semangat. Kemudian kepada temanku Andi Suciwati Putri Berekullah yang banyak memberikan informasi penting secara detail yang sangat menunjang penyelesaian skripsi ini.
12. KRISTAL18, teman-teman seangkatan dan seperjuangan yang telah bersama-sama melakukan pendidikan di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian sejak 2018.

Hanya kepada Allah SWT segala penulis kembalikan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin Ya Robbal Alamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SUSUNAN PENGUJI	iv
DEKLARASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
RIWAYAT HIDUP PENULIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERSANTUNAN	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 <i>Research Gap (Novelty)</i>	3
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.6 Kerangka Pemikiran.....	5
1.7 Hipotesis Penelitian.....	6
II. METODE PENELITIAN	7
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
2.2 Metode Penelitian	7
2.3 Metode Analisis	8
2.4 Batasan Operasional.....	10
III. HASIL DAN PEMBAHASAN	12
3.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	12
3.1.1 Uji <i>Convergen Validity</i>	12
3.1.2 Uji <i>Discriminant Validity</i>	14
3.1.3 Uji <i>Composite Reability</i>	15
3.2 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	15
3.2.1 Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	15
3.2.2 Uji Hipotesis	16
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	20
4.1 Kesimpulan	20
4.2 Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA	21
LAMPIRAN.....	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Selada Hidroponik Pada Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar Pada Tahun 2019-2021	2
Tabel 2. Operasionalisasi Varibel Penelitian	10
Tabel 3. <i>Cross Loadings</i>	14
Tabel 4. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	15
Tabel 5. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	15
Tabel 6. <i>R Square</i>	16
Tabel 7. Pengaruh Langsung	16
Tabel 8. Pengaruh Tidak Langsung	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	6
Gambar 2. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	8
Gambar 3. <i>Outer Loadings</i> Delta Farm	12
Gambar 4. <i>Outer Loadings</i> Ciplu Hidrofarm.....	13
Gambar 5. <i>Outer Loadings</i> Taman Hidroponik Al-Kautsar	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian melalui <i>Google Form</i>	25
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data	40
Lampiran 3. Hasil Pembobotan.....	43
Lampiran 4. Hasil Pengujian dengan SmartPLS.....	46
Lampiran 5. Bukti Submit Jurnal.....	49

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan konsumen semakin besar dan semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan dengan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan para peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat terjadi, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya maupun melalui iklan. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas.

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan untuk mengevaluasi perbedaan yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang didapatkan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Jika pelanggan merasa puas dengan suatu produk, tentunya pelanggan tersebut akan terus menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut. Dengan begitu, produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan memperoleh keuntungan dan pada akhirnya perusahaan akan tetap *survive* atau dapat bertahan bahkan perusahaan tersebut dapat berkembang (Kussoy et al., 2021).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya atau bahkan lebih dari apa yang diharapkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Dayu (2019) yang mengatakan bahwa pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa telah mendapatkan nilai (*value*) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai (*value*) tersebut dapat berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosional. Nilai (*value*) bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi insentif bagi perusahaan untuk mempengaruhi pelanggan dalam proses pembelian. Apabila pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, maka akan terjadi pembelian ulang (Sutito dan Rizana, 2021). Perwira, dkk (2016) mengatakan bahwa nilai pelanggan adalah pemberian nilai dari pelanggan setelah merasakan manfaat dari produk baik itu yang bernilai positif ataupun negatif. Nilai pelanggan didasarkan pada perbedaan antara yang pelanggan dapatkan dan yang pelanggan berikan.

Usaha di bidang tanaman sayuran mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut seiring dengan besarnya kebutuhan masyarakat akan sayuran sebagai makanan yang bergizi tinggi. Namun di sisi lain, pengembangan

komoditas sayuran baik secara kuantitas dan kualitas dihadapkan pada semakin sempitnya lahan pertanian yang subur. Salah satu cara untuk menghasilkan produk sayuran yang berkualitas tinggi secara kontinu dengan kuantitas yang tinggi per tanamannya adalah budidaya dengan sistem hidroponik.

Wahyuningsih dan Fajriani (2016) mendefinisikan hidroponik sebagai suatu teknik menanam yang menggunakan nutrisi untuk mendorong pertumbuhan tanaman tanpa menggunakan tanah sebagai media pertumbuhannya. Pertanian hidroponik dan organik pada dasarnya sama, yakni bebas bahan kimia hanya saja pertanian organik memerlukan lahan sebagai media tanam. Sebagaimana pendapat Wardah et al., (2017) yang mengatakan bahwa pertanian organik adalah perkebunan organik tanpa pupuk dan pestisida kimia sintetik. Pertanian hidroponik merupakan solusi bagi masyarakat yang ada di perkotaan sebagai upaya penguatan pemenuhan sayuran organik.

Hidroponik sangat bermanfaat bagi masyarakat karena dengan adanya hidroponik masyarakat dapat mengkonsumsi buah-buahan dan sayuran yang sehat tanpa menggunakan produk-produk berbahan kimia (Sengkey et al., 2017). Salah satu sayuran hidroponik yang populer dan banyak dibudidayakan, yakni selada karena permintaannya yang sangat besar untuk memenuhi restoran dan rumah makan sebagai bahan untuk membuat *salad*, *sandwich*, *hamburger*, dan bahan makanan lainnya yang digemari oleh para ekspatriat (orang asing yang tinggal di dalam negeri) ataupun masyarakat lokal.

Kota Makassar merupakan salah satu kota metropolitan terbesar di kawasan timur Indonesia yang juga sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan. Usaha sayuran hidroponik di Kota Makassar telah banyak dikembangkan oleh para pelaku agribisnis, diantaranya seperti Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar. Masing-masing toko hidroponik tersebut memiliki manajemen dan strategi tersendiri dalam menghadapi pelanggannya. Data perkembangan jumlah pelanggan selada hidroponik di Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Selada Hidroponik Pada Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar Pada Tahun 2019-2021

Tahun	Delta Farm (Orang)	Persentase Perubahan (%)	Ciplu Hidrofarm (Orang)	Persentase Perubahan (%)	Taman Hidroponik Al-Kautsar (Orang)	Persentase Perubahan (%)
2019	200	33 %	120	41 %	30	650 %
2020	180	-10 %	100	-17 %	45	50 %
2021	120	-33 %	90	-10 %	60	33 %

Sumber : Data Primer diolah 2022

Tabel 1 menunjukkan jumlah pelanggan toko Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar pada 3 tahun terakhir, yakni tahun 2019 sampai tahun 2021. Jumlah pelanggan Delta Farm dan Ciplu Hidrofarm cenderung menurun setiap tahunnya. Berbeda dengan Delta Farm dan Ciplu Hidrofarm, jumlah pelanggan Taman Hidroponik Al-Kautsar terlihat meningkat setiap tahunnya meskipun jumlahnya lebih kecil dibandingkan dua toko lainnya. Anggapan dari pemilik toko Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman

Hidroponik Al-Kautsar bahwa mereka telah berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan mereka puas dan tidak beralih ke kompetitor. Namun, penurunan kunjungan pelanggan yang terjadi disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya karena terjadinya covid-19. Seperti yang dikemukakan oleh Wahyudi et al., (2021) bahwa pandemi Covid-19 berdampak pada semua sektor vital, termasuk sektor pertanian. Faktor lain yang menyebabkan penurunan jumlah pelanggan pada toko hidroponik yakni renovasi kebun yang membuat toko tutup sementara, pelanggan menyukai jenis sayuran yang lain, dan banyaknya toko hidroponik baru yang bermunculan.

Semakin banyaknya pelaku usaha yang sama akan menimbulkan terjadinya suatu persaingan. Para produsen harus lebih peka dengan perubahan yang ada dan lebih kreatif dalam menampilkan produknya agar dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka untuk itu perlunya strategi untuk menjalankan usaha agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan yang baik sehingga dapat memuaskan pelanggan. Apabila persepsi nilai pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing, maka hal tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dimana pelanggan akan merasa puas dan tetap loyal pada perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Selada Hidroponik di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan”*.

1.2 Perumusan Masalah

Hidroponik merupakan teknik budidaya tanaman terutama sayuran tanpa menggunakan media tanah, melainkan menggunakan air sebagai media tanamnya. Salah satu sayuran yang paling banyak dibudidayakan dengan metode hidroponik yakni, selada. Produsen sayuran selada hidroponik di Kota Makassar saat ini sudah cukup banyak. Semakin banyaknya toko hidroponik membuat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan tempat dalam membeli selada hidroponik. Pilihan toko yang banyak dengan fasilitas yang relatif sama akan membuat pelanggan selada hidroponik mudah beralih dari toko hidroponik yang satu ke toko hidroponik lainnya. Untuk itu toko hidroponik perlu melakukan upaya-upaya agar dapat menjaga dan mempertahankan serta memuaskan para pelanggannya, yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dan memperhatikan nilai pelanggannya. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal akan memberikan banyak manfaat bagi toko hidroponik. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini, yakni *“Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Selada Hidroponik di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan ?”*

1.3 Research Gap (Novelty)

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dan dapat dijadikan sebagai acuan/perbandingan serta memperkuat hasil dari penelitian yang sedang berjalan, yaitu sebagai berikut:

1. Alvendho Mauliwarma Dewa Ihza dan Ruslan Shomad dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Inti Tani*

Utama Sambi”. Penelitian ini berangkat dari permasalahan kualitas pelayanan dan harga yang terlalu mahal dari Toko Inti Tani Utama Sambi. Analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Inti Tani Utama Sambi. Hal ini dibuktikan dengan hasil R Square sebesar 0,893 atau 89,3% (Ihza & Shomad, 2022).

2. Elly Rasmikayati, Bobby Rachmat Saefudin, Tuti Karyani, Kuswarini Kusno, dan Riky Rizkiansyah dengan judul “*Analisis Faktor dan Tingkat Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk dan Pelayanan Pada Konsumen Sayuran Organik di Lotte Mart Kota Bandung*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen sayuran organik terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di hypermarket lotte mart festival citylink kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik scoring dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas sayuran organik dan kualitas pelayanannya berturut-turut adalah sebesar 75% dan 77% sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen sayuran organik merasa puas terhadap kualitas sayuran dan kualitas pelayanan di ritel modern tersebut (Rasmikayati et al., 2020).
3. Mufti, Niken Nurwati, dan Dedi Zargustin dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk Sayuran Organik Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di “Pasar Buah Pekanbaru” Kota Pekanbaru*”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, tingkat kepuasan konsumen, dan juga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen sayuran organik di pasar buah pekanbaru Kota Pekanbaru. Analisis yang digunakan adalah analisis *Important Performance Analysis* (IPA) dan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian tersebut berupa karakteristik konsumen mulai dari jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaannya. Kemudian dari nilai CSI yang diperoleh diketahui bahwa atribut kualitas produk dan pelayanan yang ada di Pasar Buah Pekanbaru “Sangat memuaskan” Konsumen (Mufti et al., 2020).
4. Hesty Nurul Utami dan Anggita Chaeriyah dengan judul “*Customer Centricity : Kepuasan Konsumen Melalui Nilai Pelanggan Berdasarkan Value-In-Use Terhadap Kualitas Produk Sayur Organik (Studi Kasus di Ujenk Mart Bandung, Jawa Barat)*”. Alat analisis yang digunakan, yakni regresi linear sederhana dan *customer value mapping*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui indikator kualitas produk. *Value-in-use* konsumen melalui pengalaman mengkonsumsi produk menunjukkan nilai pelanggan pada posisi *fair value* yang berarti manfaat yang diterima oleh konsumen atas pembelian produk sayuran organik setimpal dengan biaya yang dikeluarkan (Utami & Chaeriyah, 2019).
5. Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*”. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisisnya adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,425 dengan taraf signifikansi 0,003. Variabel nilai pelanggan berpengaruh positif sebesar 0,486 dengan tingkat signifikansi 0,000. *Adjusted R Square* sebesar 23,7 % yang artinya kedua variabel bebas tersebut mampu menjelaskan variasi variabel terikat sebesar 23,7 % (Nurhalimah & Nurhayati, 2019).

Penelitian sebelumnya telah menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan maupun nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis data yang digunakan beragam, mulai dari analisis regresi sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis faktor, analisis *Important Performance Analysis* (IPA), analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *customer value mapping*. Penelitian ini menggunakan alat analisis yang berbeda, yakni analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Penelitian ini juga tidak hanya menganalisis hubungan langsung melainkan juga memasukkan variabel *intervening* yang menjadikan hubungan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel yang dijadikan *intervening* adalah nilai pelanggan. Kemudian, belum ada penelitian sebelumnya yang melakukan penelitian pada pelanggan sayuran khususnya selada hidroponik sebagai objek dengan lokasi penelitian dan judul penelitian yang serupa.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah dapat diuraikan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan.

1.5 Kegunaan Penelitian

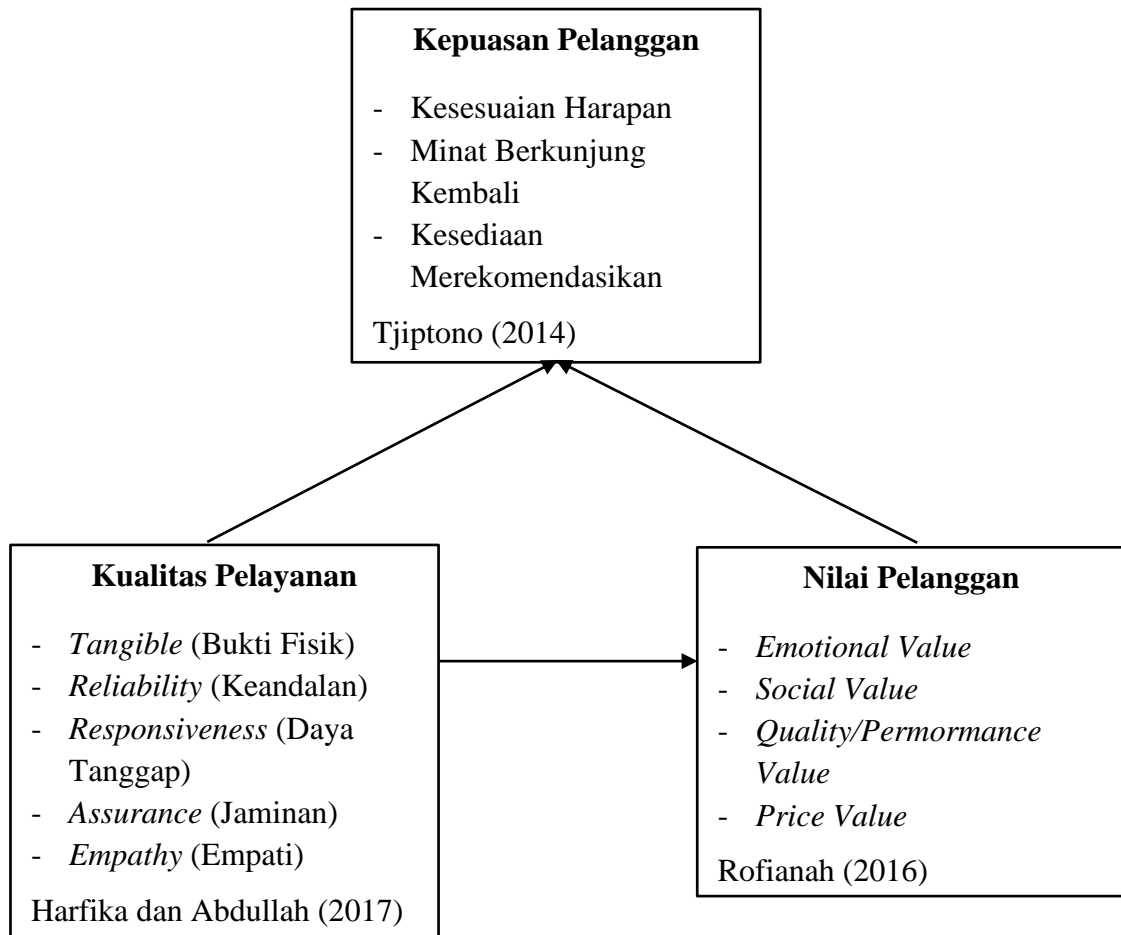
1. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah khususnya lingkup manajemen pemasaran.
2. Bagi toko hidroponik, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dan manajemen tersendiri bagi pemilik toko hidroponik dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui kualitas pelayanan dan nilai pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memotivasi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian serupa dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan yang menginginkan perusahaannya beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggannya. Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan) *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Sedangkan nilai pelanggan meliputi nilai emosional (*emotional value*), nilai sosial (*social value*), nilai kualitas (*quality/performance value*), dan nilai harga (*price value*).

Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan merupakan penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik. Kepuasan pelanggan dapat tercipta dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan yang melebihi harapan dari pelanggan dan

nilai pelanggan akan manfaat yang diperoleh lebih dari pengorbanan yang dilakukan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan dan nilai pelanggan akan manfaat yang diperoleh dari suatu produk maka akan semakin besar kepuasan yang dirasakan pelanggan. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya pelanggan tersebut akan melakukan kegiatan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa yang digunakan dikemudian hari.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hidroponik.
- H2 : Nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hidroponik.
- H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hidroponik melalui nilai pelanggan.

II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Delta Farm di Kecamatan Biringkanaya, Ciplu Hidrofarm di Kecamatan Tamalanrea, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar di Kecamatan Manggala, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan Juni-Juli 2022. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa kota Makassar merupakan salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia dan merupakan ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Kemudian, 3 toko hidroponik tersebut merupakan toko yang cukup terkenal dan sudah beroperasi selama beberapa tahun.

2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini berbentuk survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan selada hidroponik di Delta Farm, Ciplu Hidrofarm, dan Taman Hidroponik Al-Kautsar. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Rescoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) dalam Sugiyono (2015, pp. 164–165), sebagai berikut:

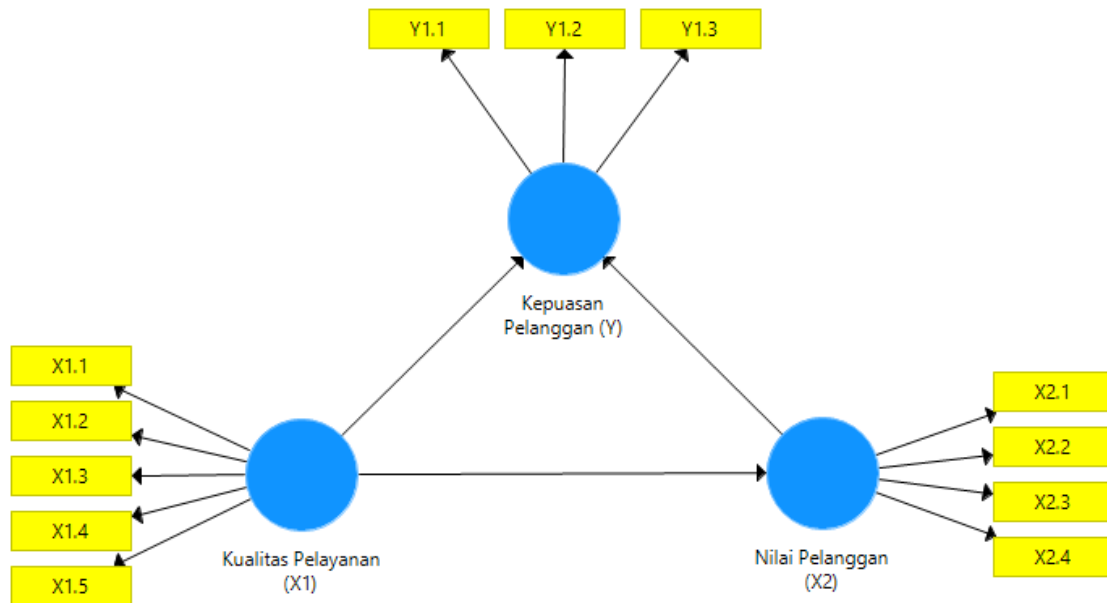
- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b) Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.
- d) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Berdasarkan pendapat di atas maka sampel dalam penelitian ini merujuk kepada jumlah variabel, yaitu 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, jadi jumlah variabel dalam penelitian ini 3 (tiga) variabel. Sampel yang diambil sebanyak 3 (tiga) variabel \times 10 responden = 30 sampel. Total keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 90 orang untuk setiap toko hidroponik.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan beberapa cara, yakni observasi (pengamatan), wawancara, dan menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan selada hidroponik. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal-jurnal nasional dan internasional, situs internet, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Adapun pengukuran instrumen kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin, yakni skor 5 = sangat setuju, skor 4 = setuju, skor 3 = netral, skor 2 = tidak setuju, skor 1 = sangat tidak setuju. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2016, p. 138). Setiap indikator pada instrumen penelitian ini memiliki 2 butir pertanyaan sehingga perlu dicari nilai rata-rata untuk mendapatkan skor akhir untuk setiap indikatornya. Hasil penelitian yang berupa skor dirata-ratakan dengan menggunakan pembobotan 100% (1) dengan ketentuan bahwa setiap butir pertanyaan 1 dikalikan dengan 0,6 dan butir pernyataan 2 pada dikalikan dengan 0,4 lalu hasil perkalian butir pertanyaan 1 dan 2 dijumlahkan untuk mendapatkan skor akhir untuk setiap indikator yang akan dianalisis lebih lanjut.

2.3 Metode Analisis



Gambar 2. *Structural Equation Modeling (SEM)*

Analisis data dan pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling- Partial Least Square (SEM-PLS) software* Smart PLS versi 3. SEM merupakan kombinasi dari berbagai teknik multivariat yang digunakan untuk menunjukkan keterkaitan secara simultan antar variabel-variabel indikator yang diamati secara langsung dengan variabel-variabel laten yang tidak teramati secara langsung. SEM-PLS merupakan suatu alternatif untuk menggunakan analisis SEM dan data yang dipergunakan tidak harus berdistribusi normal (Patih & Halistin, 2020).

Tahap-tahap pengujian dengan SEM-PLS adalah sebagai berikut:

1. Model Pengukuran atau *Outer Model*

Outer model sering juga disebut (*outer relation* atau *measurement model*) yang mendefinisikan bagaimana tiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2009) dalam Felicia (2016) model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan reabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kemampuan dari instrument-instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner atau instrumen penelitian.

Ada tiga kriteria yang digunakan untuk menilai *outer model*, yaitu sebagai berikut:

a) *Convergent Validity*

Convergent validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70% dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Chin (1998) dalam Ghazali dan Hengky (2015), untuk penelitian pada tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0.5 sampai 0.6 sudah dianggap cukup memadai.

b) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain yang bisa digunakan adalah membandingkan nilai *Root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik (Fornell dan Larcker 1981 dalam (Ghozali dan Hengky, 2015). Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar dari nilai 0.50.

c) *Composite Reliability*

Composite Reliability blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha* yang dikembangkan oleh Wert (1979) dalam Ghazali dan Hengky (2015). Data yang memiliki *composite reliability* >0.7 mempunyai reabilitas yang tinggi.

2. Model Struktural atau *Inner Model*

Pengujian model struktural (*inner model*) dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. *Inner model* dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural (Ghozali dan Hengky, 2015). Dalam menilai model dengan menggunakan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Selain itu, model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-Square predictive relevance* untuk model konstruk. *Q-Square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan berdasarkan model dan estimasi parameternya.

Uji hipotesis dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas (P) < 0,05 maka hipotesis dinyatakan diterima. Hubungan antar konstruk dalam hipotesis ditunjukkan oleh nilai *regression weights* (Hair et., al 1998) dalam (Ghozali dan Hengky, 2015).

2.4 Batasan Operasional

Variabel penelitian beserta operasionalnya diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Operasionalisasi Varibel Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR
X1 (Kualitas Pelayanan)	<i>Tangible/Bukti Fisik (X1.1)</i>
	X1.1.1 = Selada hidroponik terlihat segar dan tidak memiliki cacat fisik
	X1.1.2 = Kebun hidroponik tertata rapi dan bersih
	<i>Reliability/Keandalan (X1.2)</i>
	X1.2.1 = Selada hidroponik dikirimkan tepat waktu
	X1.2.2 = Selada hidroponik dikirim sesuai pesanan
	<i>Responsiveness/Daya Tanggap (X1.3)</i>
	X1.3.1 = Pihak toko hidroponik merespon pesanan dengan cepat
	X1.3.2 = Pihak toko hidroponik menanggapi keluhan pelanggan dengan sigap
	<i>Assurance/Jaminan (X1.4)</i>
	X1.4.1 = Selada hidroponik dikemas menggunakan kemasan yang steril (bersih) dan aman
	X1.4.2 = Selada hidroponik selalu tersedia di toko
	<i>Empathy/Empati (X1.5)</i>
	X1.5.1 = Pihak toko hidroponik ramah dalam memberikan pelayanan
	X1.5.2 = Pemilik toko hidroponik membantu pelanggan dalam memilih selada sesuai dengan jenis dan ukuran yang dibutuhkan oleh pelanggan
X2 (Nilai Pelanggan)	<i>Emotional Value/Nilai Emosi (X2.1)</i>
	X2.1.1 = Saya merasa senang karena kebutuhan primer saya terhadap sayuran dapat terpenuhi setelah mengkonsumsi selada hidroponik
	X2.1.2 = Selama membeli selada hidroponik di toko ini, saya tidak pernah kecewa
	<i>Social Value/Nilai Sosial (X2.2)</i>
	X2.2.1 = Saya merasa bangga setelah mengkonsumsi selada hidroponik karena harganya lebih mahal dibandingkan sayuran biasa
	X2.2.2 = Saya merasa lebih kekinian karena selada hidroponik biasanya digunakan untuk pelengkap makanan modern
	<i>Quality/Permormance Value/Nilai Kualitas (X2.3)</i>
	X2.3.1 = Pelayanan yang diberikan sangat baik
	X2.3.2 = Selada hidroponik berkualitas tinggi
	<i>Price Value/Nilai Harga (X2.4)</i>
	X2.4.1 = Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas selada

	hidroponik
	X2.4.2 = Harga selada hidroponik lebih murah dibandingkan dengan toko lain
Y (Kepuasan Pelanggan)	Kesesuaian Harapan (Y1.1)
	Y1.1.1 = Saya merasa puas karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan saya
	Y1.1.2 = Ekspektasi saya terhadap selada hidroponik terpenuhi karena kualitasnya yang sangat baik
	Minat Berkunjung Kembali (Y1.2)
	Y1.2.1 = Saya akan berkunjung ke toko ini lagi karena pelayanan yang diberikan sangat baik
	Y1.2.2 = Saya akan membeli selada hidroponik di toko ini lagi karena kualitasnya
	Kesediaan Merekomendasikan (Y1.3)
	Y1.3.1 = Saya akan merekomendasikan selada hidroponik di toko ini kepada keluarga saya
	Y1.3.2 = Saya akan memberitahu teman saya untuk membeli selada hidroponik di toko ini