

**The Effect Of E-Retribution, Facilities, And Institution Image On Traders' Satisfaction  
In The People's Market, Tanggul City, Surakarta**

**Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas, Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di  
Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta**

Istiqomah<sup>1</sup>, Saptani Rahayu<sup>2</sup>

Email: [mchistiqomah@gmail.com](mailto:mchistiqomah@gmail.com)<sup>1</sup>, [yayuksaptani@gmail.com](mailto:yayuksaptani@gmail.com)<sup>2</sup>

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

ABSTRACTION

The purpose of this study is to analyze and provide empirical evidence regarding the effect of E-Retribution, Facilities and Institutional Image on Merchant Satisfaction at the Tanggul People's Market, Surakarta City. The population in this study were all Kiosk, Los and Plataran traders at the Tanggul People's Market, Surakarta, totaling 191 people, which were divided into 42 Kiosk traders, 134 Los traders, and 15 Plataran traders. The population sample was 50 people. The results of the multiple linear regression equation show that E-Retribution, Facilities, and Institutional Image have a positive effect on the satisfaction of the Pasar Rakyat Tanggul Surakarta traders. Facilities have a positive but not significant effect on the satisfaction of the Pasar Rakyat Tanggul Surakarta traders. The image of the institution has a positive and significant effect on the satisfaction of the Pasar Rakyat Tanggul Surakarta traders. The results of the F test analysis show that together the E-Retribution, Facilities, and Institutional Image variables affect the satisfaction variable of Pasar Rakyat Tanggul Surakarta traders significantly. The results of the R<sup>2</sup> test show that the E-Retribution, Facilities, and Institutional Image variables are able to explain 32.2% of the variable Satisfaction of the Pasar Rakyat Tanggul Surakarta traders, while the remaining 67.8% is explained by other variables such as service quality, place, and promotion.

Keywords: E-Retribution, Facilities, Institutional Image, Customer Satisfaction

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan memberi bukti empiris mengenai pengaruh E-Retribusi, Fasilitas Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Kios, Los dan Plataran di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta yang berjumlah 191 orang yang terbagi atas 42 orang pedagang Kios 134 orang pedagang Los, dan 15 orang pedagang Plataran. Jumlah sampel populasi adalah 50 orang. Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. E-Retribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variable E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mempengaruhi variabel kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta secara signifikan. Hasil Uji R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variabel E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mampu menjelaskan sebesar 32,2 % terhadap variabel Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, sedangkan sisanya sebesar 67,8 % dijelaskan oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, tempat, dan promosi.

Kata kunci : E-Retribusi, Fasilitas ,Citra Lembaga, Kepuasan Pelangga

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomer 1 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Perlindungan Pasar Tradisional, Kota Surakarta memiliki 44 pasar tradisional yang seharusnya dapat mensejahterakan masyarakat Kota Surakarta, sehingga Pemerintah Kota Surakarta harus bekerja keras agar pasar tradisional dapat bersaing dengan toko-toko modern yang berkembang di kota Surakarta dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan di pasar tradisional. Fenomena yang di temui di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta adalah penerapan E-Retribusi sebagai suatu inovasi baru dari Dinas Perdagangan, Fasilitas Pasar Rakyat Tanggul yang sangat lengkap dan Citra Lembaga Pengelola Pasar Rakyat Tanggul dan Dinas Perdagangan.

Menurut Marihot P. Siahaan (2005: 5), Retribusi adalah pembayaran wajib dari penduduk kepada Negara karena adanya jasa tertentu yang diberikan oleh Negara bagi penduduknya secara perseorangan. Selama ini pembayaran retribusi pasar dilakukan secara konvensional dengan dibayarkan secara tunai disertai bukti pembayaran yang sah berupa kartu atau karcis yang di tarik oleh Petugas Pemungut Retribusi. Namun dengan semakin berkembang pesatnya teknologi yang berkaitan dengan komputer dan media Internet beberapa dekade belakangan ini, maka diterapkanlah E-Retribusi di 13 pasar di Kota Surakarta yang diharapkan akan semakin meningkatkan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pedagang 13 pasar terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pengelola Pasar Rakyat Tanggul khususnya dan Dinas Perdagangan Kota Surakarta pada umumnya.

Menurut Tjiptono (2001: 184), Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa di tawarkan kepada konsumen. Fasilitas umum di Pasar Rakyat Tanggul di bangun berdasarkan kriteria SNI 8152:2015 tentang Pasar Rakyat. Dengan ditetapkannya Pasar Rakyat Tanggul sebagai satu-satunya Pasar Rakyat ber-SNI di Jawa Tengah tahun 2017 ini merupakan sebuah nilai tersendiri untuk Pemerintah Kota Surakarta.

Citra perusahaan menurut Fomburn, Charles J (1996:72), adalah pandangan publik atas suatu perusahaan yang di nilai baik atau tidak yang dipandang secara global atas hal-hal seperti keterbukaan, kualitas dan lainnya sehingga dapat dikatakan sebagai pandangan atas gerak langkah perusahaan. Kelengkapan fasilitas di Pasar Rakyat Tanggul dan konsumen/ pedagang yang memperoleh pengalaman yang memenuhi

harapannya dan merasa puas atas pelayanan yang di terimanya akan memiliki sikap positif terhadap citra lembaga.

Berdasarkan latar belakang masalah yang di hadapi oleh Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakartadan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pasar Rakyat Tanggul, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :“**Pengaruh E-Retribusi, Fasilitas Dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pedagang Di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta**”

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah E-Retribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta?
3. Apakah Citra Lembaga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta?

## **C. Tinjauan Pustaka**

### **1. Kepuasan**

Menurut Kotler dkk (2000:52), Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.Sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Sedangkan menurut Tjiptono (2004:349), Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa/pedagang pasar tidak benar-benar mengerti apa yang di harapkan oleh konsumen. Menurut Umar (2005: 65) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

### **2. E-Retribusi**

Menurut pendapat Sunarto (2005: 14), Retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan pada pedagang oleh Pemerintah Daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko/kios, counter/los, dasaran, dan halaman pasar yang disediakan di dalam pasar daerah atau pedagang lain yang berada di sekitar pasar daerah lainnya sampai dengan radius 200 meter dari pasar tersebut. **E-Retribusi (Elektronik Retribusi)**, yaitu suatu Sistem Informasi Manajemen

Retribusi Pasar untuk Dinas Perdagangan dan bekerjasama dengan perbankan. Jadi retribusi pasar yaitu suatu pemungutan daerah sebagai pembayaran atas pemakaian atau karena memperoleh jasa pekerjaan usaha atau milik daerah yang berkepentingan, atau karena jasa yang diberikan oleh daerah baik langsung maupun tidak langsung.

### **3. Fasilitas**

Menurut Kotler (2005: 75), Fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang harus diadakan oleh pemilik usaha di bidang jasa untuk memuaskan dan memudahkan konsumen dengan kelengkapan fasilitas serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa dirasakan atau di dapat konsumen secara langsung.

### **4. Citra Lembaga**

Menurut Philip Henslowe (2000: 2), citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk, atau situasi). Menurut Philip Kotler (1975: 215), Citra adalah sejumlah keyakinan, gambaran dan kesan seseorang terhadap suatu obyek.

## **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap sesuatu soal yang dimaksud sebagai tuntutan sementara dalam penyelidikan untuk mencari jawaban yang sebenarnya (Suharsini Arikunto, 2001: 112). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

1. E-Retribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.
3. Citra Lembaga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.

## **E. Lokasi Penelitian Dan Obyek Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan mengambil lokasi di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, dengan alamat Jl. RE. Martadinata, Kelurahan Sewu, Kecamatan Jebres Kota Surakarta Jawa Tengah.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek adalah pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta yang berjumlah 191 orang yang terdiri dari 42 orang pedagang Kios, 134 orang pedagang Los, dan 15 orang pedagang Plataran.

#### F. Definisi Operasional Variabel

1. **Kepuasan** adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan (Kotler dan Keller, 2007 : 177), indikatornya adalah:
  - a. Rasa puas terhadap kualitas pelayanan petugas pengelola pasar.
  - b. Rasa puas terhadap inovasi Pemerintah Kota Surakarta.
  - c. Rasa puas terhadap daya tanggap menyelesaikan masalah oleh petugas pengelola pasar.
  - d. Rasa puas terhadap kecekatan petugas pengelola pasar.
2. **E-Retribusi** adalah salah satu terobosan baru dalam hal pembayaran retribusi pasar yang dilakukan Pemerintah Kota Surakarta yang diterapkan di Pasar Rakyat Tanggul, indikatornya adalah:
  - a. Kemudahan dalam hal pembayaran retribusi
  - b. Laporan dan transaksi akuntabel
  - c. Pembayaran retribusi tepat waktu
  - d. Peluang kebocoran pendapatan lebih kecil
  - e. Lebih efektif dan efisien dalam transaksi pembayaran retribusi
3. **Fasilitas** adalah merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan, dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja (Lupioadi, 2008: 148) Fasilitas Pasar Rakyat Tanggul yang ber-SNI juga akan meningkatkan kepuasan pedagang dan menjamin kualitas produk yang beredar di dalam pasar sehingga konsumen akan terlindungi, indikatornya adalah:
  - a. Bentuk bangunan modern dan berkarakter khas Jawa (bangunan Joglo)
  - b. Ukuran luas area dagangan minimal 2 m<sup>2</sup>
  - c. Kelengkapan sarana kebersihan dan keamanan
  - d. Pencahayaan pasar
  - e. Ruang yang komplit

4. **Citra lembaga** adalah pendapat, kesan atau respon pedagang terhadap pengelola Pasar Rakyat Tanggul dan Dinas Perdagangan sebagai instansi/lembaga yang berwenang dan bertanggung jawab dalam terwujudnya visi dan misi Pemkot Surakarta dan visi misi Dinas Perdagangan, indikatornya adalah :

- a. Kinerja petugas pengelola pasar
- b. Keamanan pasar
- c. Kenyamanan pasar
- d. Kebersihan pasar

## G. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang Kios, Los dan Plataran di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta yang berjumlah 191 orang yang terbagi atas 42 orang pedagang Kios, 134 orang pedagang Los, dan 15 orang pedagang Plataran.

### 2. Sampel

Jumlah sampel populasi adalah 50 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive *Sampling* yaitu suatu metode pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto, 2006)

## H. Metode Analisis Data

- Uji validitas merupakan analisa yang dilakukan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep. Untuk menguji validitas akan digunakan uji korelasi product moment Pearson dengan bantuan Program SPSS. Apabila nilai  $r$  hitung instrumen lebih besar dari  $r$  tabel maka dinyatakan valid.
- Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen penelitian bebas dari kesalahan persepsi sehingga menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat digunakan pada kondisi yang berbeda-beda. Untuk menguji reliabilitas akan digunakan Cronbach alpha dengan program SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 Rumus koefisien alpha
- Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya normalitas data, gejala

heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data telah memenuhi uji asumsi klasik

- Pengujian hipotesa yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model regresi linear berganda, uji t, uji F serta uji  $R^2$

## I. Analisa Data Dan Pembahasan

### 1. Hasil pengujian validitas

- a. Hasil uji validitas variabel untuk variabel E-Retribusi ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa instrumen pernyataan variabel E-Retribusi valid.
- b. Hasil uji validitas variabel Fasilitas ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa instrumen pernyataan variabel Fasilitas valid.
- c. Hasil uji validitas variabel Citra Lembaga ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa instrumen pernyataan variabel Citra Lembaga valid.
- d. Hasil uji validitas variabel kepuasan pedagang ( $Y$ ) menunjukkan bahwa instrumen pernyataan variabel kepuasan pedagang valid.

### 2. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien alpha yang melebihi 0,6.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

- a. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov - Smirnov* tabel IV.9 didapatkan hasil tingkat signifikansi  $0.975 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.
- b. Hasil Uji Multikolinieritas dapat dikatakan bahwa variabel tersebut terbebas dari multikolinieritas karena nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,10$ .
- c. Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan sebesar 5% secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *absolute residual*, jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.
- d. Hasil Uji Autokorelasi disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi pada model regresi hal ini bisa diabaikan karena mengingat bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bukan *times series*.

### 4. Hasil Pengujian Hipotesis

- a. Hasil Analisis regresi linier berganda

Hasil regresi linear berganda disajikan pada tabel 1.

Tabel 1  
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,789	4,370		4,070	,000
	E-Retribusi	,102	,057	,228	1,801	,078
	Fasilitas	,006	,045	,017	,130	,897
	Citra Lembaga	,652	,154	,516	4,235	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pedagang

Sumber : data yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat dirumuskan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 17,789 + 0,102X_1 + 0,006X_2 + 0,652X_3$$

Interprestasi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut :

- a.  $\alpha = 17,789$ , artinya bahwa kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta (Y) mempunyai nilai positif apabila E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mempunyai nilai tetap.
- b.  $\beta_1 = 0,102$ , menunjukkan variabel E-Retribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang pada Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, artinya apabila E-Retribusi yang bagus maka Kepuasan pedagang akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel Fasilitas, dan Citra Lembaga dianggap tetap.
- c.  $\beta_2 = 0,006$ , menunjukkan variabel Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang pada Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, artinya apabila Fasilitas yang bagus maka Kepuasan pedagang akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel E-Retribusi, dan Citra Lembaga dianggap tetap.
- d.  $\beta_3 = 0,652$ , menunjukkan variabel Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang pada Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, artinya apabila Citra Lembaga pedagang bagus maka Kepuasan pedagang akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel E-Retribusi, dan Fasilitas dianggap tetap.

e. Nilai koefisien regresi variabel Citra Lembaga memiliki koefisien regresi paling besar diantara variabel yang lainnya artinya variabel Citra Lembaga merupakan variabel dominan dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji t

Berdasarkan tabel 1 membuktikan bahwa:

- 1) E-Retribusi ( $X_1$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  1,801 dengan taraf signifikansi 0,078 > 0,050 maka berarti E-Retribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 1 ditolak.
- 2) Fasilitas ( $X_2$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  0,130 dengan taraf signifikansi 0,897 > 0,050 maka berarti Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta (Y). Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 ditolak.
- 3) Citra Lembaga ( $X_3$ ) mempunyai  $t_{hitung}$  4,235 dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,050 maka, berarti Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang pada Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta (Y). Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 3 diterima.

c. Hasil Uji F

Hasil Uji F disajikan pada tabel 2.

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236,471	3	78,824	8,753	,000 <sup>a</sup>
	Residual	414,249	46	9,005		
	Total	650,720	49			

a. Predictors: (Constant), Citra Lembaga, E-Retribusi, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pedagang

Sumber : data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2 hasil uji secara simultan diketahui besarnya nilai  $F = 8,753$  signifikansi  $0,000 < 0,050$ , Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mempengaruhi variabel kepuasan pedagang pada Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta secara signifikan.

d. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil Uji Determinasi  $R^2$  disajikan pada Tabel 3

Hasil Uji Determinasi  $R^2$

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,603 <sup>a</sup>	,363	,322	3,001	1,091

a. Predictors: (Constant), Citra Lembaga, E-Retribusi, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pedagang

Sumber : data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,322, hal ini menunjukkan bahwa variabel E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mampu menjelaskan sebesar 32,2 % terhadap variabel kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, sedangkan sisanya sebesar 67,8 % dijelaskan oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, tempat, dan promosi.

## J. Implikasi Manajerial

- 1) Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Implikasinya adalah Citra Lembaga perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini dapat dilakukan dengan cara :
  - a. Meningkatkan kenyamanan pasar dan lingkungannya.
  - b. Meningkatkan kebersihan pasar dan melengkapi sarana kebersihan.
  - c. Meningkatkan keamanan pasar dengan meningkatkan kualitas SDM satpam pasar.
- 2) Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Implikasinya adalah Fasilitas perlu dipertahankan dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Kaitannya dengan penelitian terdahulu hal ini tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yandiles Weya, Joost Rumumpuk,

Jemie Lumenta (2014) yang berjudul Pengaruh Faktor Fisik Pelayanan Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Tradisional Tomohon Provinsi Sulawesi Utara yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan faktor fisik pasar terhadap kepuasan konsumen di Pasar Tradisional Tomohon.

- 3) E-Retribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Implikasinya adalah E-Retribusi perlu dipertahankan dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Kaitannya dengan penelitian terdahulu hal ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lindyastuti Manik (2013) yang berjudul Promosi E-Ticketing Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan PT. Kem Travel yang menyatakan promosi E-Ticketing dari website dan media sosial juga promosi E-Ticketing berdampak pada loyalitas berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen.

## K. Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, yaitu:

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.

Nilai koefisien regresi variabel Citra Lembaga memiliki koefisien regresi paling besar diantara variabel yang lainnya artinya variabel Citra Lembaga merupakan variabel dominan dalam penelitian ini.

### 2. Hasil Uji t

- a. E-Retribusi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.
- b. Fasilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.
- c. Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.

### 3. Hasil uji F

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mempengaruhi variabel kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta secara signifikan.

#### 4. Koefisien Determinasi

Hasil Uji  $R^2$  menunjukkan bahwa variabel E-Retribusi, Fasilitas, dan Citra Lembaga mampu menjelaskan sebesar 32,2 % terhadap variabel Kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, sedangkan sisanya sebesar 67,8 % dijelaskan oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, tempat, dan promosi.

### E. Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya meneliti di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk pasar tradisional yang lain.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta sesuai dengan teori yang dipakai, masih banyak variabel lain diluar ini yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya untuk mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta.

### F. Saran

Sesuai dengan kesimpulan diatas, maka peneliti menyarankan bahwa dalam menentukan kebijakan khususnya di Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta, maka disarankan:

1. Citra Lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Implikasinya adalah Citra Lembaga perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang Pasar Rakyat Tanggul Kota Surakarta. Hal ini dapat dilakukan dengan cara:
  - a) Meningkatkan kenyamanan pedagang dalam melaksanakan kegiatan berdagang.
  - b) Meningkatkan kebersihan pasar dan melengkapi sarana kebersihan.
  - c) Meningkatkan keamanan pasar dengan meningkatkan kualitas SDM satpam pasar.
  - d) Meningkatkan disiplin petugas dalam pengelolaan pasar.
  - e) Meningkatkan kecakapan petugas dalam pengelola pasar.
  - f) Meningkatkan keramahan petugas dalam melayani pedagang.
  - g) Mengadakan Diklat dan BinteK untuk meningkatkan kualitas SDM Pengelola Pasar.

- h) Peneliti agar memperluas variabel independen yang akan diteliti misalnya kualitas pelayanan, tempat, dan promosi

#### DAFTAR PUSTAKA

- Suharsimi Arikunto. 2011. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suharsimi Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran “Analisa Perilaku Konsumen”*. Edisi Pertama cetakan Ketiga, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Fomburn, Charles J. 1996, *Reputation: Realizing Value From The Corporate Change*, Harvard Business School Press, USA.
- Gujarati, Damodar, 2005. *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta.
- Umar, Husein, 2005, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Ketiga, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Banyumedia Publisin, Jawa Timur.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Iman, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, Gramedia, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Madad Ali, Fahad Asmi' Md, Mashlur Rahman, Naveed Malik, Muhammad Salman Ahmad, 2016, *Evaluation Of E-Service Quality Customer Satisfaction (A Case Study Of FBR E-Taxation)*, School of Public Affairs, University of Science and Technology of China, Hefei, China.
- Siahaan, P. Marihot, 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.

- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta.
- Singgih, Santoso, 2002, *SPSS Versi 11.5* Cetakan ke Dua, Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Santoso dan Tjiptono, 2004, *Riset Pemasaran dan Aplikasi SPSS*, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat, Buku Kedua, Salemba Empat Jakarta.
- William J. Stanton, 2000, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Erlangga, Jakarta.
- Zeithaml, Valerie A. and Mary Jo Bitner. 2000, *Service Marketing (2nd Edition)*, Integrating Customer Focus New York : Mc Hill Inc.
- Zeithaml, Valerie A. and Mary Jo Bitner, 2003, *Service Marketing (3<sup>rd</sup> Edition)*, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Dewanto, Anugrah, 2012, *Pengaruh Jumlah Pasar Tradisional, Pasar Modern dan Pedagang Kaki Lima (PKL) Terhadap Pendapatan Retribusi Pasar Kota Surakarta*, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE AUB) Surakarta.
- Dewi Kurniawati, Suharyono, Andriani Kusumawati, 2014, *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol 14 No. 2, Universitas Brawijaya Malang.
- Elinawati Susi Mentari Sinurat, Bode Lumanauw, Ferdy Roring, 2017, *Pengaruh Inovasi, Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga*, Jurnal EMBA Vol 5 No. 2, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Wasisto, Edhi, 2000, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Citra Lembaga Terhadap Loyalitas Mahasiswa Pada STIE AUB Surakarta dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE AUB) Surakarta.
- Murtianto, Hery, 2013, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Indonesia (BRI) Unit Lendah Cabang Wates*, Jurnal Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE AUB) Surakarta.

Manik, Lindyastuti, 2013, *Promosi E-Ticketing Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan PT. Kem Travel*. Journal The Winners, Vol 14 No. 1, Maret 2013: 42-47, PT Provinces Indonesia, Ground Floor Wisma Bakrie I Jln. HR. Rasuna Said Kav B-1, Jakarta 12920.

Sutrisni, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pangilaran*, Skripsi.

Thomas Aquinas Wahyu Adi Putranto, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta)*, Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Yandiles Weya, Joost Rumumpuk, Jemmie Lumenta, 2014, *Pengaruh Faktor Fisik Pelayanan Pasar Terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Tradisional Tomohon Provinsi Sulawesi Utara*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 1 No. 1, Universitas Sariputra Indonesia Tomohon Sulawesi Utara.

<https://id.linkedin.com/pulse/pengertian-gugus-kendali-mutu-gkm-quality-control-yolanda-guci>

Adityolaksono 26.blogspot.co.id (Gudang Ilmu 2003)

Peraturan-Peraturan Daerah dan Peraturan Walikota :

- 1) Perda No. 1 Tahun 2010 Tentang Perlindungan Pasar Tradisional.
- 2) Perwali No. 21 Tahun 2010 Tentang Pendayagunaan Tehnologi Informasi dan Komunikasi Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan.
- 3) Perwali No. 14 Tahun 2016 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Retribusi Pelayanan.
- 4) Keputusan Walikota Surakarta No. 974/65.2/1/2016 Tentang Pelaksanaan Pemungutan Retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pelayanan Persampahan / Kebersihan Pada Dinas Pengelolaan Pasar Secara Elektronik, Pemerintah Kota Surakarta.