

ABSTRAK

Perkembangan bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian di suatu negara, perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat, Salah satu retail modern atau sering kita sebut dengan minimarket yang cukup terkenal yaitu Alfamart, Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) sebagai salah satu perusahaan dalam industri retail modern yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Alfamart cabang Cileunyi. Penelitian ini menggunakan data populasi dari pelanggan yang berbelanja di Alfamart cabang Cileunyi sebanyak 1200 sebagai sampel penelitian menjadi 92 dengan menggunakan SPSS25. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala likert yang digunakan terdiri dari pernyataan positif. Penggunaan skala dilakukan untuk memudahkan responden dalam menjawab pernyataan yang disajikan peneliti serta untuk memudahkan peneliti dalam menganalisa jawaban responden. Berdasarkan hasil analisis data didapat persamaan regresi linier berganda dari hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memiliki nilai F hitung sebesar 504,608 dan nilai sig 0.000 dengan nilai F tabel sebesar 2.38. Dengan hasil F hitung > F tabel dan sig hitung < 0.000 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil Uji t variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) didapatkan hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi $0,00 < 0,10$ dan t hitung sebesar 6,139 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel (1,984) dan Hasil uji t untuk variabel harga menunjukkan nilai signifikansi $0,023 < 0,10$ dan t hitung sebesar 2,317 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel (1,984) maka dapat disimpulkan ada pengaruh secara parsial. Dalam penelitian ini didapat juga hasil koefisien determinasi memiliki pengaruh sebesar 0.919, yang artinya besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen 91,9 % sisanya 8,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan didalam penelitian.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The development of industry, services and trade plays a very important role in the development of the economy in a country, the economy is able to provide significant changes to people's lives. One of the modern retailers or what we often call minimarkets which is quite well known is Alfamart, Alfamart is owned by PT. Sumber Alfaria Trijaya (SAT) is one of the companies in the modern retail industry in the form of minimarkets and is a national company engaged in general trading and retail services which provides basic and daily needs. This research aims to find out how much influence service quality and price have on customer satisfaction at the Cileunyi branch of Alfamart. This research uses population data from 1200 customers who shop at the Alfamart Cileunyi branch as a research sample of 92 using SPSS25. The method used in this research is descriptive analysis with a quantitative approach. The instrument used in this research is the Likert scale which consists of positive statements. The use of the scale was carried out to make it easier for respondents to answer the statements presented by researchers and to make it easier for researchers to analyze respondents' answers. Based on the results of data analysis, a multiple linear regression equation was obtained from the results of hypothesis testing, it was found that the research results showed that the service quality (X1) and price (X2) variables had a calculated F value of 504.608 and a sig value of 0.000 with an F table value of 2.38. With the results of $F_{count} > F_{table}$ and $sig_{count} < 0.000$, it can be concluded that service quality and price simultaneously influence consumer satisfaction (Y). T test results for service quality variables (X1), price (X2) on consumer satisfaction (Y). table (1.984) and the results of the t test for the price variable show a significance value of $0.023 < 0.10$ and the calculated t is 2.317 which means it is greater than the t table value (1.984), so it can be concluded that there is a partial influence. In this research, it was also found that the coefficient of determination had an influence of 0.919, which means that the influence of service quality and price on consumer satisfaction was 91.9%, the remaining 8.1% was influenced by other factors not included in the research.

Keywords: service quality, price, consumer satisfaction