

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang Penelitian

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. Perubahan kondisi perekonomian Indonesia mengakibatkan semakin meningkatnya bisnis retail atau eceran. Bisnis yang semakin modern ini menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis, termasuk bisnis retail. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pasar modern yang bermunculan dengan berbagai macam bentuk dan ukuran, sehingga keberadaan pasar tradisional mulai tergeser. Retail modern atau pasar modern selain memberikan alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional atau pedagang eceran. Pasar modern memiliki sistem pelayanan yang mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket atau swalayan. Pada pasar modern, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli dapat melihat pada label harga pada barang yang akan dibeli, serta berada dalam sebuah bangunan dan pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Kegiatan dunia usaha seperti minimarket menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Minimarket yang ada dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat para pelanggan untuk membeli disana misalnya dengan rak-rak yang tersusun rapi, sistem pembayaran kasir dan juga ruangan yang ber-AC

agar pelanggan merasa nyaman dan tidak pengap ketika berbelanja. Minimarket yang ada harus mampu menciptakan keunggulan dalam produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat pelanggan dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik. Retail yang berfokus pada penjualan barang sehari-hari secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu retail modern dan retail tradisional. Retail modern adalah retail yang memiliki tempat luas, barang yang dijual banyak jenisnya, sistem manajemen terkelola dengan baik menawarkan kenyamanan berbelanja, harga sudah tetap (*fixed*) dan adanya sistem swalayan. Retail modern menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk *Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hypermarket*, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan (membeli barang dengan jumlah yang banyak untuk dijual kembali).

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. Alfamart merupakan toko modern yang menjual berbagai macam barang-barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah perusahaan retail minimarket Alfamart Jl.Raya Cirebon - Bandung No.12, Cileunyi Wetan, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya perusahaan retail bermunculan. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan muncul ciri dan

keunggulan tersendiri bagi setiap minimarket. Hal tersebut menuntut pihak perusahaan atau pengelola minimarket untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Memberi keyakinan kepada konsumen bahwa telah melakukan keputusan yang tepat untuk melakukan pembelian di Alfamart, maka hendaklah Alfamart meninggalkan citra perusahaan yang baik di hadapan konsumen, karena citra perusahaan yang baik mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian berkelanjutan kelak, karena konsumen akan lebih mengingat hal yang dianggap kurang baik dan memilih melakukan pembelian di tempat lain karena tidak ingin mengalami lagi kejadian buruk yang pernah dialami sebelumnya. Salah satu cara meningkatkan citra perusahaan yang baik adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan yang bersumber dari pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkannya di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan akan kecewa. 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, iklan, maupun *public relations release*. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah swalayan di mana kepuasan

konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Menurut Kotler dan Keller dalam priansa, (2018:17) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya (perspektif) terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa/pelayanan dengan harapan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pada layanan dan kepuasan terhadap pelanggan merupakan konsep yang sangat penting bahwa perusahaan harus memahami jika mereka ingin tetap kompetitif dan berkembang. Dalam lingkungan yang telah berkembang sekarang, memberikan layanan berkualitas tinggi merupakan kunci keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kepuasan pelanggan muncul ketika pelanggan merasakan senang atau kecewa setelah membandingkan hasil suatu produk atau jasa yang telah diperoleh sesuai atau tidak dengan harapan. Pelanggan yang merasakan puas terhadap produk atau jasa yang telah diterima maka pelanggan akan membeli kembali produk tersebut atau datang kembali ke tempat yang telah di kunjungi di kemudian hari. Namun dengan banyaknya keluhan keluhan yang sering terjadi tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan tidak mendapatkan kepuasan setelah melakukan pembelian di alfamart cabang Cileunyi ini. Hal ini harus terus diperhatikan oleh perusahaan minimarket Alfamart, dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya kelak di masa depan.

Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi

kepuasan para pelanggannya. Salah satu unsur terpenting di dalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya, keunggulan pelayanan di dalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan di masa mendatang. Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang memberikan pelayanan memuaskan dan memberikan tanggapan keluhan yang baik bagi pelanggannya. Peneliti melakukan pra survei untuk memperkuat masalah yang akan di jelaskan pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Pra Survei Kepuasan Pelanggan**

| No.              | Pertanyaan                                                                                                                                         | Jawban |       |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
|                  |                                                                                                                                                    | Ya     | Tidak |
|                  | Kepuasan Pelanggan (Y)                                                                                                                             |        |       |
| 1.               | Apakah kualitas pelayanan pada Alfamart cabang Cileunyi sesuai dengan kepuasan pelanggan?                                                          | 8      | 12    |
| 2.               | Apakah harga yang ditawarkan pada Alfamart cabang Cileunyi sudah sesuai dengan kepuasan pelanggan?                                                 | 2      | 18    |
| 3.               | Apakah karyawan Alfamart cabang Cileunyi menerima keluhan pelanggan dan memberikan 3s (senyum, salam, sapa) yang sesuai dengan kepuasan pelanggan? | 3      | 17    |
| Jumlah Responden |                                                                                                                                                    | 20     |       |

**Sumber: Data primer, diolah 2024**

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa dari hasil pra survei di atas, pernyataan mengenai kepuasan pelanggan yang ada alfamart cabang Cileunyi ini

belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban ‘Tidak. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan belum merasakan kepuasan dari segi kualitas pelayanan dan harga.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Tan et al., 2021). Kualitas pelayanan bisa dilihat dengan membandingkan pendapat dari pelayanan yang telah diterima dengan pelayanan yang diharapkan (Alfajar et al., 2021). Jika pelayanan yang dirasakan sama dengan harapan atau melampaui harapan maka kualitas pelayanan suatu perusahaan tersebut dapat dikatakan memuaskan, sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai maka kualitas pelayanan suatu perusahaan dikatakan kurang baik atau buruk. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan kepuasan pelanggan saling berhubungan erat dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena dengan kualitas pelayanan yang memenuhi preferensi pelanggan akan mengikat pelanggan sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak pelanggan (Maghfirani & Sulistyawati, 2021:57).

Kualitas pelayanan juga terpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dan penyampaian sebuah produk ataupun jasa untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat berhubungan dengan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dan memenuhi harapan mereka meliputi, sumber daya manusia, serta lingkungan. Kualitas pelayanan juga menjadi patokan kepuasan pelanggan, apabila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai yang diharapkan akan membuat

pelanggan merasa puas sesuai dengan apa yang telah diharapkan, namun apabila produk yang disediakan lengkap namun dalam hal pelayanan kurang maka pelanggan akan cenderung merasa tidak nyaman dalam melakukan pembelian sehingga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Terlepas dari hal tersebut hampir semua pelanggan ketika membeli produk melihat harga terlebih dahulu karena harga mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk. Terkait dengan kualitas pelayanan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Fiki Candra (2018:78). “Pengaruh Kualitas Layanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Alfamart di Ketintang Surabaya”, menyampaikan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dari hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Alfamart Ketintang Surabaya dengan tingkat signifikan rendah. Peneliti memilih alfamart cabang Cileunyi sebagai objek penelitian karena perusahaan di bidang retail ini merupakan salah satu minimarket yang ada di Kabupaten Bandung yang memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Berdasarkan data tingkat penjualan yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa kepuasan pelanggan di alfamart cabang Cileunyi menurun. Beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak alfamart cabang Cileunyi. Hal ini berarti terdapat ketidakpuasan pelanggan di alfamart cabang Cileunyi dilihat dari tingkat penjualan yang sudah diteliti. Ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan alfamart cabang Cileunyi ini di antaranya yaitu pramuniaga yang kurang ramah

(kurang dalam senyum, salam, sapa) dan kurang tanggap dalam melayani pelanggan, serta harga yang berbeda saat pembayaran di kasir maka peneliti memilih variabel kualitas pelayanan dan harga. Sebagai pendukung kesahihan penelitian, peneliti melakukan pra survei mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan terhadap para pelanggan yang pernah berbelanja di alfamart cabang Cileunyi dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan**

| No.              | Pertanyaan                                                                                       | Jawaban |       |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|                  | Kualitas Pelayanan (X1)                                                                          | Ya      | Tidak |
| 1.               | Apakah karyawan Alfamart cabang Cileunyi sudah baik dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan?  | 5       | 15    |
| 2.               | Apakah karyawan Alfamart cabang Cileunyi sudah baik dalam menyampaikan informasi pada pelanggan? | 4       | 16    |
| 3.               | Apakah karyawan Alfamart cabang Cileunyi sudah melakukan penawaran dengan baik pada pelanggan?   | 6       | 14    |
| Jumlah Responden |                                                                                                  | 20      |       |

**Sumber: Data primer, diolah 2024**

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dari hasil pra survei di atas, pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang ada di alfamart cabang Cileunyi ini belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban 'Tidak'. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas pelayanan yang diberikan belum dapat meningkatkan rasa kepedulian terhadap pelanggan sehingga pelanggan atau pembeli merasa pelayanan yang dirasakan baik secara fasilitas maupun perhatian belum sesuai dengan yang mereka harapkan.

Penetapan harga digunakan untuk menentukan berkembangnya sebuah perusahaan selain dari strategi kualitas pelayanan. Kesan pelanggan terhadap



harga, baik itu mahal, murah ataupun standar akan berpengaruh terhadap aktivitas pembelian selanjutnya dan kepuasan pelanggan setelah pembelian misalnya pelanggan kecewa setelah membeli suatu barang karena terlalu mahal menurutnya, maka kemungkinan selanjutnya dia enggan untuk membeli barang itu lagi dan kemungkinan akan beralih ke barang lain. Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional atau global, supaya memenangkan persaingan perusahaan harus memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Pada era modern saat ini tuntutan akan kebutuhan pelanggan yang bervariasi membuat banyak perusahaan yang berdiri untuk menawarkan barang atau jasa. Namun demikian seiring dengan hal tersebut, muncul banyak perusahaan sebagai pihak ketiga yang berguna sebagai wadah para pelanggan untuk berbelanja akan kebutuhan pokok masing-masing individu. Semakin banyak pelanggan yang berbelanja disana maka semakin banyak juga omset yang akan didapatkan. Harga yang murah serta pelayanan yang bagus akan membuat pelanggan merasa puas, begitu sebaliknya. Peneliti melakukan pra survei mengenai harga yang telah diberikan terhadap para pelanggan yang pernah berbelanja di alfamart cabang Cileunyi dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Pra Survei Harga**

| No. | Pertanyaan                                                                      | Jawaban |       |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|
|     | Harga (X2)                                                                      | Ya      | Tidak |
| 1.  | Apakah kualitas produk sudah sesuai dengan harga pada Alfamart cabang Cileunyi? | 8       | 12    |
| 2.  | Apakah harga produk sudah terjangkau pada Alfamart Cabang Cileunyi?             | 9       | 11    |

|                  |                                                                                                                              |    |    |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 3.               | Apakah sudah sesuai harga yang tertera pada rak display dengan harga yang dibayarkan di kasir pada Alfamart cabang Cileunyi? | 3  | 17 |
| Jumlah Responden |                                                                                                                              | 20 |    |

**Sumber: Data primer, diolah 2024**

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa dari hasil pra survei di atas, pernyataan mengenai harga yang ada di alfamart cabang Cileunyi ini belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan kecenderungan jawaban ‘Tidak’. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan oleh pihak alfamart belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Harga adalah kecenderungan pelanggan untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Harga berkaitan dengan nilai suatu produk yang dijual dengan menukarkan dengan sejumlah uang oleh pelanggan mengenai manfaat yang diberikan karena mempunyai maupun memakai produk tersebut (Hidayat R:2018). Banyak pelanggan yang menginginkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhannya, untuk merasakan kepuasan tersebut pelanggan akan cenderung membandingkan harga dari tempat satu dengan yang lain untuk mencari harga yang lebih murah. Jika apa yang telah diharapkan sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan maka pelanggan akan secara sukarela merekomendasikan kepada orang lain. Kebanyakan strategi harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pelanggan ketika membeli suatu barang, dengan harga yang murah pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli sebuah produk, Salah satu strategi harga yang dilakukan alfamart adalah dengan memberikan berbagai macam produk yang memiliki harga yang bervariasi.

Berkembangnya bisnis retail yang terjadi saat ini sangat membutuhkan minat berbelanja dikalangan masyarakat, salah satu retail atau mini market yang sering dikunjungi oleh pelanggan adalah Alfamart karena menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga yang sudah tertera jelas dalam produk, ketersediaan layanan yang cepat, tempat lebih nyaman, lebih bersih, sistem pemilihan dan pengambilan barang sendiri oleh pelanggan sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli serta mendapatkan barang yang dibutuhkan segera. Selain itu, bisnis retail modern tak lepas dari adanya pelanggan, dimana pelanggan merupakan faktor utama dari berdirinya bisnis retail modern. Namun dibalik kelebihan tersebut, Alfamart dan juga tidak terlepas dari pelayanan yang dinilai kurang memuaskan disebabkan oleh adanya faktor kelalaian dari pihak Alfamart itu sendiri. Salah satu contohnya adalah sering terjadi selisih harga atau perbedaan harga yang tertera pada label *display* dengan harga yang harus dibayar dikasir. Kesalahan ini sering terjadi dan menyebabkan kerugian bagi pelanggan yang harus membayar dengan harga lebih serta tidak jarang menimbulkan kekecewaan maupun kemarahan dari pelanggan. Selisih harga ini juga sering di ajukan kepada kasir yang dilontarkan oleh pelanggan alfamart cabang Cileunyi yang telah peneliti wawancara adalah mengeluhkan harga yang tertulis di rak berbeda dengan harga saat di kasir. Masalah lain dari adalah nominal harga yang berlaku di pasaran adalah kelipatan Rp 500,- di Alfamart kita akan menemukan nominal harga yang berbeda. Contoh nominal harga yang sering ditemukan: Rp 1.725, Rp 6.650, Rp 7.333, dan seterusnya, yang menjadi pertanyaan apakah saat ini ada uang koin Rp 25, dan Rp 50. Kasir pun akan kesulitan memberikan uang kembalian dan akhirnya menawarkan kembaliannya untuk didonasikan. Bagi

beberapa pelanggan akan menyangka bahwa uang yang didonasikan itu adalah untuk si kasir dan karyawan lainnya, bahkan hal itu dituduh sebagai modus penipuan.

Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti maka masalah utama sebagai sebuah perusahaan yaitu kurang memperdulikan keluhan keluhan yang pelanggan ungkapkan begitu juga dengan kualitas pelayanan yang harusnya disesuaikan dengan SOP yang sudah ditentukan. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamart Cabang Cileunyi”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Terdapat masalah pada kualitas pelayanan yang kurang sesuai harapan pelanggan.
2. Terdapat masalah pada tata letak barang, harga yang tidak sesuai antara *price tag* dan *computer* alfamart cabang cileunyi.
3. Penyampaian informasi harga yang kurang jelas dari karyawan.
4. Pelayanan belum sesuai dengan ketentuan SOP.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti memberikan pembatasan permasalahan agar dalam penelitian pembahasan dapat mencapai sasaran yang diharapkan.

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Objek Penelitian (variabel yang diteliti) :

- a. Kualitas pelayanan
  - b. Harga
  - c. Kepuasan pelanggan
2. Unit analisis (subjek penelitian) adalah pelanggan Alfamart cabang Cileunyi
  3. Unit observasi (lokasi penelitian) dalam penelitian ini adalah Alfamart cabang Cileunyi
  4. Variabel lain selain kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dianggap konstan (*Ceteris Paribus*).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan pada alfamart cabang Cileunyi
2. Bagaimana kondisi harga pada alfamart cabang Cileunyi
3. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan pada alfamart cabang Cileunyi
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial pada alfamart cabang Cileunyi

#### **1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian**

##### **1.5.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat lulus untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, program studi Manajemen Keuangan dan Perbankan, Jenjang Program Pendidikan Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

### **1.5.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan maksud penelitian diatas, maka penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kondisi kualitas pelayanan pada Alfamart cabang Cileunyi.
2. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kondisi harga pada Alfamart cabang Cileunyi.
3. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kondisi kepuasan pelanggan pada Alfamart cabang Cileunyi.
4. Mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan pada cabang pada Alfamart cabang Cileunyi.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

#### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau pertimbangan yang berguna agar dapat menyajikan penelitian tentang faktor mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart cabang Cileunyi.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi untuk penelitian lain untuk melakukan penelitian yang sejenis. Adapun menerapkan teori-teori

pemasaran yang telah diterima di bangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas wawasan terutama menyangkut masalah kegiatan kualitas pelayanan dan harga yang harus dimiliki dan dilakukan oleh perusahaan Alfamart.

### 3. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan Alfamart.

### 4. Bagi USB YPKP

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, diharapkan dapat menambah referensi ilmu pemasaran khususnya dalam bidang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan Alfamart.

## **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Alfamart Cabang Cileunyi Jl. Raya Cirebon - Bandung No.12, Cileunyi Wetan, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung dan perpustakaan Universitas Sangga Buana Yayasan Pendidikan Keuangan dan Perbankan Bandung.

### **1.7.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan pada saat semester genap 2023/2024 yaitu dari bulan Mei sampai dengan selesai.

**Tabel 1. 4 Jadwal Penelitian**

| No. | Kegiatan                                         | Bulan Penelitian            |                                     |                         |                |
|-----|--------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------------|----------------|
|     |                                                  | Mei –<br>November<br>(2023) | November<br>-<br>Desember<br>(2023) | Januari –<br>Mei (2024) | Juni<br>(2024) |
| 1   | Pengajuan Judul                                  |                             |                                     |                         |                |
| 2   | Penyusunan BAB 1                                 |                             |                                     |                         |                |
| 3   | Penyusunan BAB II                                |                             |                                     |                         |                |
| 4   | Penyusunan BAB III                               |                             |                                     |                         |                |
| 5   | Sidang Up                                        |                             |                                     |                         |                |
| 6   | Pengolahan Data                                  |                             |                                     |                         |                |
| 7   | Penyusunan BAB IV,<br>BAB V Lampiran,<br>Abstrak |                             |                                     |                         |                |
| 8   | Sidang Akhir                                     |                             |                                     |                         |                |

Sumber: Data diolah, 2024

