

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ALFAMART DIUKUR BERDASARKAN KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN

Abu Prabowo¹, Esti Dwi Rahmawati,S.E.,M.M², Agus Suyatno.S.Pd.,M.M³

Unoversitas Duta Bangsa, E-mail:pandawap756@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Service Quality, Price, Product Completeness, Consumer Satisfaction</p>	<p><i>Alfamart is a that operates in the retail sector. This research was conducted with the aim of knowing the quality of service, price and product completeness on consumer satisfaction at the Surakarta branch of Alfamart. The method used is a descriptive & verification quantitative method with a sample of 100 people, a sampling technique using simple random sampling, data collection by distributing questionnaires to consumers or customers. The results show that service quality has a very significant effect on Alfamart consumer satisfaction. Service prices have a very significant effect on Alfamart consumer satisfaction. Product completeness has a very significant effect on Alfamart consumer satisfaction. Service quality, price and product completeness have a very significant effect on Alfamart consumer satisfaction.</i></p>

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk, Kepuasan Konsumen</p>	<p>Alfamart merupakan yang bergerak dibidang ritel. Penelitian ini dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Alfamart cabang Surakarta. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif deskriptif & verifikatif dengan sampel 100 orang, teknik pengambilan sampel dengan simple random sampling, pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada konsumen atau pelanggan.Hasil menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart. Harga pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart. Kelengkapan produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart. Kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart.</p>

A. Pendahuluan

Bisnis ritel di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia. Kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan pasar modern dan bisnis ritel Indonesia. Tumbuhnya masyarakat kelas menengah di tanah air mendorong meningkatnya minat belanja di ritel modern Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Nicholas Mandey mengatakan dari www.AntaraNews.com pertumbuhan usaha ritel nasional diproyeksikan tumbuh hingga 4,3 persen hingga akhir tahun 2024. Roy menyampaikan, pada tahun 2023 Pertumbuhan ritel nasional menyentuh angka 4% sampai 4%. Angka ini lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan di tahun 2022 yang berada pada nilai 3,8-3,9%.n.

Pertumbuhan di atas 4 persen dapat tercapai bila suasana kondusif dapat terjaga dengan bertumbuhnya ritel modern atau pasar modern selain memberikan alternatif belanja yang menarik menawarkan sebuah pelayanan, harga yang terjangkau bahkan sampai kelengkapan produknya dibandingkan pasar tradisional/pedagang eceran.

Kegiatan dunia usaha seperti minimarket menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Minimarket dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli disana. Misalnya dengan rak-rak yang tersusun rapi, sistem pembayaran kasir dan juga ruangan yang nyaman agar konsumen merasa nyaman ketika berbelanja. Minimarket yang ada harus mampu menciptakan keunggulan yang berbeda dalam produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat konsumen dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik dengan begitu kepuasan konsumen itulah yang perusahaan ritel modern terapkan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas yang harus dapat di capai dan di jaga oleh setiap bisnis agar tetap menjadi pilihan utama konsumen dalam berbelanja. Pelayanan yang bagus, harga terjangkau dan kelengkapan produk akan membuat konsumen merasa puas.

B. Metode Penelitian

Metode kuantitatif deskriptif dan verifikatif digunakan dalam penelitian ini, sampel yang digunakan 100 orang, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan atau konsumen yang pernah berbelanja atau sering berbelanja di Alfamart, cabang Surakarta (Solo Balapan).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

<u>Variabel</u>	<u>Item</u>	<u>R Hitung</u>	<u>R Tabel</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Kualitas Pelayanan</u>	X1.1	0.696	0.195	Valid
	X1.2	0.614	0.195	Valid
	X1.3	0.720	0.195	Valid
	X1.4	0.703	0.195	Valid
	X1.5	0.651	0.195	Valid
<u>Harga</u>	X2.1	0.761	0.195	Valid
	X2.2	0.786	0.195	Valid
	X2.3	0.352	0.195	Valid
	X2.4	0.743	0.195	Valid
	X2.5	0.199	0.195	Valid
<u>Kelengkapan Produk</u>	X3.1	0.706	0.195	Valid
	X3.2	0.774	0.195	Valid
	X3.3	0.768	0.195	Valid
	X3.4	0.754	0.195	Valid
	Y1	0.740	0.195	Valid
<u>Kepuasan Konsumen</u>	Y2	0.853	0.195	Valid
	Y3	0.812	0.195	Valid
	Y4	0.847	0.195	Valid
	Y5	0.839	0.195	Valid
	Y6	0.883	0.195	Valid

Sumber: Olahan data,2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel (0.195).

A. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Kualitas Pealayan	0.872	> 0.6	Reliabel
Harga	0.719	> 0.6	Reliabel
Kelengkapan Produk	0.904	> 0.6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.906	> 0.6	Reliabel

Sumber: olahan data primer,2024

Pada Uji Reliabilitas yang dilakukan hasil menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Karena Nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

B. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.11716220
Most Extreme Differences	Absolute		.093
	Positive		.093
	Negative		-.088
Test Statistic			.093
Asymp. Sig. (2-tailed)			.033 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.335 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.323
		Upper Bound	.348
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber : Olahan data primer,2024

Disimpulkan hasil Uji Normalitas pada tabel diatas menunjukkan sig nilai 0,335 > 0,05, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

C. Uji Hteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.798	.832		2.160	.033
	<u>kualitas pelayanan</u>	.088	.069	.219	1.268	.208
	<u>harga</u>	.012	.061	.029	.188	.851
	<u>kelengkapan produk</u>	-.112	.077	-.268	-1.462	.147

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: olahan data primer,2024

Hasil tabel uji diatas memperlihatkan masing-masing variabel tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena diperoleh nilai probabilitas > 0,05.

D. Uji Multikolenieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolenieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	-.826	1.192		-.693	.490		
	<u>kualitas pelayanan</u>	.441	.102	.330	4.340	.000	.337	2.971
	<u>harga</u>	.337	.089	.254	3.802	.000	.434	2.303
	<u>kelengkapan produk</u>	.578	.114	.403	5.059	.000	.305	3.277

Sumber : Olahan data, 2024

Dengan hasil yang diperoleh diatas memperlihatkan bahwasannya tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan memenuhi syarat yaitu nilai tolecance value >0,10 atau nilai VIF <10.

E. Analisis Linear Berganda

Tabel 6. Uji Analisi Liner Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.826	1.192		-.693	.490
	<u>Kualitas Pelayanan</u>	.441	.102	.330	4.340	.000
	<u>Harga</u>	.337	.089	.254	3.802	.000
	<u>Kelengkapan Produk</u>	.578	.114	.403	5.059	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Olahan data primer,2024

Hasil tabel diatas perhitungan menggunakan regresi linear berganda didapat hasil sebagaiberikut:

$$Y = -826 + 0.441 X_1 + 0.337 X_2 + 0.578 X_3 + e$$

- a. Konstanta = -826
Artinya jika variabel tingkat Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.441 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
- b. $b_1 = 0.441$
Artinya jika variabel tingkat Kualitas Pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.441 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
- c. $B_2 = 0.337$
Artinya jika variabel tingkat Harga meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0.337 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
- d. $B_3 = 0.578$
jika variabel tingkat Kelengkapan Produk meningkat satu satuan maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0.578 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

F. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.814	.808	2.150
a. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN				

Sumber: Olahan data primer, 2024

Hasil menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R^2) = 0.814 artinya variabel tingkat Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kelengkapan Produk secara simultan mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen sebesar 81.4% sisanya sebesar 18.6% dipengaruhi oleh variabel lain.

G. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.826	1.192		-.693	.490
	KUALITAS PELAYANAN	.441	.102	.330	4.340	.000
	HARGA	.337	.089	.254	3.802	.000
	KELENGKAPAN PRODUK	.578	.114	.403	5.059	.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Sumber: Olahan data primer, 2024

- a. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai probabilitas sebesar $0.000 \leq 0,05$. Dapat dikatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pengelolaan Kepuasan Konsumen”.
- b. Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai probabilitas sebesar $0.000 \leq 0,05$. Dapat membuktikan bahwa “Harga berpengaruh terhadap pengelolaan Kepuasan Konsumen”.
- c. Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai probabilitas sebesar $0,000 \leq 0,05$. Maka membuktikan “Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap pengelolaan Kepuasan Konsumen”.

H. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1938.355	3	646.118	139.778	.000 ^b
	Residual	443.755	96	4.622		
	Total	2382.110	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						
b. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber: Olahan data primer, 2024

Hasil uji F didapatkan F hitung 139.778 dan probabilitas 0,000. Karena sig 0,000 < 0,05, disimpulkan variabel tingkat Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kelengkapan Produk secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

D. Hasil dan Pembahasan

Simpulan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian ini, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart.
- 2) Harga pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart.
- 3) Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart.
- 4) Kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart.

E. References

Asih, M. A. W. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan tadhabur pada BPRS Lantabur Tebuireng Jombang (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Chendradewi, R., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud). *Diponegoro journal of management*, 5(4), 267-278.

Fahtira, V. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu) (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).

Irawan, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T EXPRESS SUMBERSUKO-LUMAJANG.

Karneli, O. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Steak & Shake Melati Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).

Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi: Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145-154.

Mahesa, M. (2022). *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau-Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

Nur Harjanto, R., & MUNAS, B. (2011). ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, KEBERSIHAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang).

- SITANGGANG, D. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Nelayan Dikota Medan.
- Situmeang, L. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Sobirin, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Paranginan di Desa Kayulaut (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Wulandari, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja (Aceh Barat Daya) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).