

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT
SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (ALFAMART)
CABANG BONTOTANGA KABUPATEN
BULUKUMBA**

SKRIPSI



**RESKI PURNAMA WIRAWAN
105721108118**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT
SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (ALFAMART)
CABANG BONTOTANGA KABUPATEN
BULUKUMBA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

RESKI PURNAMA WIRAWAN

NIM: 105721108118

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memproleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan mati sebelum berguna, karena sebaik-baiknya manusia adalah yang berguna untuk manusia lain”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Karya ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang terhormat, terkhusus kepada ibu yang telah mengorbankan tenaga, waktu, biaya dan pikirannya agar saya bisa sampai dititik ini. Dan terima kasih yang tak terhingga kepada mendiang ayah yang mengajarkan arti sesungguhnya menjadi sosok yang tangguh



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng
Nama Mahasiswa : Dodi Iswandi Erwin
No.Stambuk/ NIM : 105721102519
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia Penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 20 Januari 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

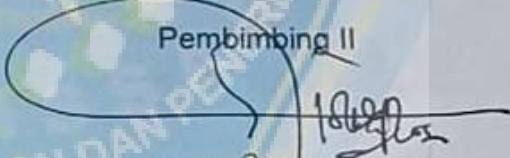
Makassar, 5 Februari 2024

Menyetujui


Pembimbing I


Moh. Aris Fasigai, S.E., M.M
NIDN: 0008056301

Pembimbing II

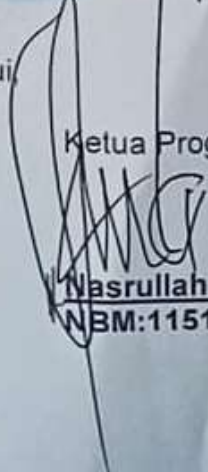

Asdar, S.E., M.Si
NIDN: 0903039102

Dekan


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507

Mengetahui

Ketua Program Studi


Nasrullah, SE., MM.
NBM:1151132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Dodi Iswandi Erwin, Nim: 105721102519 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/61201/091004/2024 M, Tanggal 8 Rajab 1445 H / 20 Januari 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 24 Rajab 1445 H
5 Februari 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc.
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji
1. Andi Rustam, SE.,MM.,AK.,CA,CPA
2. Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M
3. Asri Jaya, SE., MM
4. Aulia, S.IP., M.Si.M.

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No.295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411)866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dodi Iswandi Erwin

Stambuk : 105721102519

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 5 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Dodi Iswandi Erwin
NIM: 105721102519

Diketahui Oleh.

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.
NBM:651 507

Ketua Program Studi

Nasrullah, SE., MM.
NBM:1151132

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dodi Iswandi Erwin

NIM : 105721102519

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Motor Cambayya Project Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten Bantaeng


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

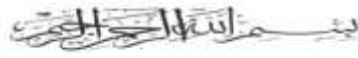
Makassar, 5 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,




Dodi Iswandi Erwin
NIM: 105721102519

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Ayah Alm. Duppa dan Ibu Nurhaeda yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang, dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan didunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Andi Mappatempo, SE, M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sherry Edelia Natsir Kalla, S.E., M.MKtg, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah dan banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Teruntuk partner yang selalu ada untuk penulis, terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penyusunan Skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun materi kepada saya. Telah mendampingi dalam suka maupun duka, menjadi tempat berkeluh kesah dan memberikan dukungan serta semangat untuk tidak menyerah.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Program Studi Manajemen Angkatan 2018 yang selalu belajar bersama tidak sedikit bantuannya dan dorongan

dalam aktivitas studi penulis.

10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa penulis tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 6 September 2023

Penulis.

ABSTRAK

Reski Purnama Wirawan, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Andi Mappatempo dan Sherry Edelia Natsir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui kuesioner dengan populasi penelitian semua pelanggan yang membeli produk di PT Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Dalam penelitian ini diambil 115 responden sebagai sampel. Adapun metode analisis yang digunakan yaitu uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba dan potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.

Kata Kunci : *Kualitas pelayanan, Potongan Harga dan Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

Reski Purnama Wirawan, 2023. *The Influence of Service Quality and Price Discounts on Customer Satisfaction of PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Bontotanga Branch, Bulukumba Regency. Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Mappatempo and Sherry Edelia Natsir Kalla.*

This research aims to determine the extent of the influence of service quality and price discounts on customer satisfaction at PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Bontotanga Branch, Bulukumba Regency. The type of research used is a quantitative approach. The data collection method used was through a questionnaire with a research population of all customers who purchased products at PT Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Bontotanga Branch, Bulukumba Regency. In this study, 115 respondents were taken as samples. The analytical method used is the data instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test and hypothesis testing. Based on the results of data analysis, it was found that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Bontotanga Branch, Bulukumba Regency and price discounts had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Bontotanga Branch, Bulukumba Regency.

Keywords : *Quality of service, Discounts and Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Teori.....	6
B. Tinjauan Empiris.....	14
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	18
D. Hipotesis.....	19

BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Jenis dan Sumber Data	22
D. Populasi dan Sampel	22
E. Metode Pengumpulan Data.....	23
F. Definisi Operasional Variabel.....	24
G. Metode Analisis Data	26
H. Uji Hipotesis	30
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Perusahaan	32
B. Penyajian Data Hasil Penelitian	33
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	45
BAB V	48
PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	19
Gambar 4. 1 Uji Grafik Normalitas	41
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kualitas Pelayanan	36
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Berdasarkan Potongan Harga.....	37
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kepuasan Pelanggan	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	59
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi.....	63
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi.....	69
Lampiran 5 Dokumentasi	71
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas atau globalisasi saat ini, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat di perhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan (Ananda, 2021).

Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka akan memberitahu pada orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Lebih lanjut Tjiptono (2004), menyatakan bahwa kepuasan satu atau dua konsumen berkontribusi pada sebuah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Menurut Tse and Wilton (1988) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan pada pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan potongan harga (Putri, Mulyati, & Mulyati, 2020).

Kualitas pelayanan adalah perspektif penegasan positif pada evaluasi pembeli dalam berbelanja di suatu perusahaan, pelanggan sebagai pembeli dan mengkonsumsi barang atau jasa perusahaan (Haryoko, Ugeng, Pasaribu, & Ardiansyah, 2020). Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulunya (Utami, Rochani, & W, 2018), hasil penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Potongan harga merupakan hasil penjumlahan dan pengurangan dari daftar yang disetujui untuk dapat diberikan ke konsumen (Agisnawati, 2021). Potongan harga tersebut diberikan penjual untuk mengapresiasi dari kegiatan jual beli antar konsumen dalam menarik konsumen. Perusahaan

memang melakukan perubahan harga normal sebagai acuan *discount*. Penelitian terdahulu yang dilakukan pada pelanggan shopee menyatakan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sirait, Sinaga, & Rangkuti, 2022).

Alfamart adalah salah satu usaha ritel yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan rumah tangga. Alfamart merupakan jaringan minimarket yang memiliki luas ruang penjualan kurang lebih 200 m². Alfamart dikelola oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Toko pertamanya dibuka di jalan Beringin Raya, Karawaci – Tangerang, pada 18 Oktober 1999 Dengan Slogan “ *Belanja Puas Harga Pas* “. Gerai Alfamart tersebar di kota-kota besar seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Bali, Palembang, Makassar, Sampai di Desa Bontotanga Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba dan kota-kota lainnya. Alfamart di desa Bontotanga Kabupaten Bulukumba berdiri pada tahun 2019 dan memiliki pelanggan tetap hingga sekarang (PT Alfaria Trijaya Tbk, 2019).

Alfamart telah melaksanakan strategi pemasaran eceran tanpa mengetahui puas atau tidak nya konsumen terhadap yang di tawarkan dan tidak pula mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap strategi yang di tawarkan. Perusahaan terus mengembangkan strategi bauran pemasaran eceran dengan inovasi-inovasi yang berdasarkan konsumen. Segala upaya dilakukan oleh Alfamart untuk dapat bersaing dengan kompetitornya meliputi lokasi yang strategis di berbagai daerah dan mudah dijangkau, menyediakan tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan memberikan potongan harga, memberikan kupon untuk

produk–produk tertentu, pembukaan sebagian gerai Alfamart dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai (non-cash), terdapat fasilitas kartu anggota,dan lain-lain. Dari observasi awal yang dilakukan diketahui bahwa saat ini masih banyak terdapat keluhan-keluhan pelanggan yang ada pada Alfamart Bontotanga seperti :

1. Kurangnya fasilitas untuk pelanggan seperti tempat duduk.
2. Karyawan Kurang memperhatikan kehadiran pelanggan.
3. Sesekali pelayanan di kasir terlalu lama, sehingga menyebabkan antrian panjang dan kurangnya petugas sehingga pada saat pelanggan membutuhkan informasi harus mencari petugas terlebih dahulu.
4. Komputer kasir terkadang rusak atau macet.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba ?
2. Apakah potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.
2. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan sebagai bahan masukan rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum dalam bidang kualitas pelayanan, potongan harga, dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi pihak PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dari apa yang diberikan, pada akhirnya menciptakan sebuah faktor emosional, Kepuasan secara emosional inilah yang membuat pelanggan semakin loyal terhadap produk dan jasa suatu perusahaan. Hal ini juga mengenai nilai sosial yang intinya membuat pelanggan bangga dengan apa yang ditawarkan.

Sumarwan (2011) mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional, sebuah gambaran reaksi pasca pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, rasa kecewa dan rasa kesenangan.

Sedangkan, menurut Kotler dan Keller (2013) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau

kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Adapun manfaat kepuasan pelanggan menurut Diana (2010), yaitu sebagai berikut :

- a. Kepuasan pelanggan merupakan sarana untuk menghadapi kompetisi di masa yang akan datang.
- b. Kepuasan pelanggan merupakan promosi terbaik.
- c. Kepuasan pelanggan merupakan aset perusahaan terpenting.
- d. Kepuasan pelanggan menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
- e. Pelanggan dan perusahaan akan menjadi harmonis.
- f. Pelanggan puas akan kembali.
- g. Pelanggan yang puas mudah memberikan referensi

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Lupiyoadi (2013) ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut

Menurut Kotler dan Keller (2013) kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- a. *Re-purchase* yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
- b. Menciptakan *Word-of-Mouth* yaitu dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.

- c. Menciptakan Citra Merek yaitu pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama yaitu membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan yang diharapkan di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan akan merasa kecewa.

Mauludin (2010) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Menurut Mahmoedin (2010) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Sedangkan, menurut Tjiptono (2004) kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. .

Menurut Gummenson dalam (Tjiptono & Chandra, 2016) terdapat empat faktor kualitas yang menentukan penilaian kualitas pelayanan, yaitu:

a. *Design Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas ditentukan sejak pertama kali jasa dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. *Production Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas jasa ditentukan oleh kerjasama antara departemen produksi/operasi, dan departemen pemasaran.

c. *Delivery Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat ditentukan oleh janji perusahaan kepada pelanggan.

d. *Relationship Quality*

Menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan pula oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan stakeholder (pelanggan, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan).

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya. Menurut Tjiptono & Chandra (2016) ada lima indikator kualitas pelayanan, yaitu :

a. Reliabilitas, kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.

- b. Responsivitas, kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
- c. Jaminan, kemampuan dan keramahan serta sopan santun Perusahaan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
- d. Empati, sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.
- e. Bukti Fisik, kualitas pelayanan berupa sarana fisik Perusahaan.

3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan

4. Potongan Harga

Potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan

dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga.

Menurut Kotler dan Keller (2012) potongan harga adalah penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian dan pembelian di luar musim.

Sedangkan menurut Tjiptono & Chandra (2016) diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat diartikan bahwa Potongan harga (*discount*) merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pengurangan harga dari harga yang sudah ditetapkan untuk menciptakan impulse buying demi meningkatkan penjualan produk atau jasa.

Dalam praktek dunia usaha saat ini, terdapat berbagai macam potongan penjualan atau potongan harga yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat pelanggan dan merangsang adanya pembelian dan pembayaran dengan segera. Menurut Kotler & Keller (2012) ada lima macam diskon atau potongan harga, yaitu sebagai berikut:

a. Potongan harga tunai

Adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya.

b. Potongan Kuantitas

Adalah pengurangan harga untuk pembeli yang membeli dalam jumlah besar (harga group).

c. Potongan Harga Fungsional

Disebut juga sebagai potongan harga perdagangan, ditawarkan oleh produsen kepada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu.

d. Potongan Harga Musiman

Pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang di luar musim.

e. Potongan Harga

Adalah pengurangan dari daftar harga.

Potongan harga diberikan dengan tujuan tertentu, baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. Ada beberapa pendapat yang mengatakan mengapa potongan harga diberikan dan faktor-faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada konsumen. Menurut Mariana (2009) faktor-faktor pemberian potongan harga adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengikat pembeli.
- b. Menguntungkan beberapa pelanggan.
- c. Memberikan nilai ekonomis kepada masyarakat.
- d. Merubah pola pembelian.
- e. Memancing pembeli untuk membeli dalam kuantitas besar.

Adapun indikator potongan harga menurut Sutisna (2012), yaitu sebagai berikut :

a. Besarnya potongan harga

Besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di *discount*.

b. Masa potongan harga

Jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya *discount*.

c. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

Keanekaragaman pilihan pada produk yang di *discount*.

5. Hubungan Antara Potongan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan

Diskon harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada pelanggan dari harga normal akan suatu produk, yang tertera dilabel atau kemasan produk tersebut. Diskon harga yang diberikan harus memiliki arti penting bagi konsumen, sebab diskon harga akan memberikan kepuasan dan akan menimbulkan dorongan untuk membeli secara tiba-tiba. Selain itu, untuk meningkatkan volume penjualan serta memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak perusahaan memaksimalkan keuntungan jangka pendek dengan cara memberikan penawaran diskon harga.

B. Tinjauan Empiris

Penelitian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan di dunia maupun di Indonesia. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi kualitas pelayanan dan potongan harga, secara singkat penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nur Ismawati dan Triana Ananda Rustam (2022) yang meneliti tentang “Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di masa krisis ekonomi akibat Covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah quantitative research dengan analisis deskriptif ialah regresi linear berganda dengan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Guardian Batam Mall.
2. Lusinda Sirait, Desi Adestora Sinaga dan Agus Edy Rangkuti (2022) yang meneliti tentang “Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee”. Yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan potongan harga serta kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan shopee.
3. Ayu Masitha Putri, Diana Juni Mulyati dan Awini (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya” yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan potongan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya.

4. Ria Setia W, Sasi Utami dan Sri Rochani (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl.Jaksa Agung Supranto No.11 Mojorot Kediri”. Metode Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Debby Marthalia dan Kemas Welly Angga Pernama (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart Talang Kelapa 2)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
6. Alviana Hikmawati dan Liya Megawati (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap

Kepuasan Pelanggan GoFood (Survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia)". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan potongan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

7. Nur Halimah Tussakdiah (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Extra Alaya Samarinda". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Tidak terdapat pengaruh antara potongan harga terhadap kepuasan konsumen Giant Extra Alaya Samarinda.
8. Vina Islami (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Servicescape* dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, *servicescape* dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
9. Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja dan Joko Widodo (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi". Metode penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

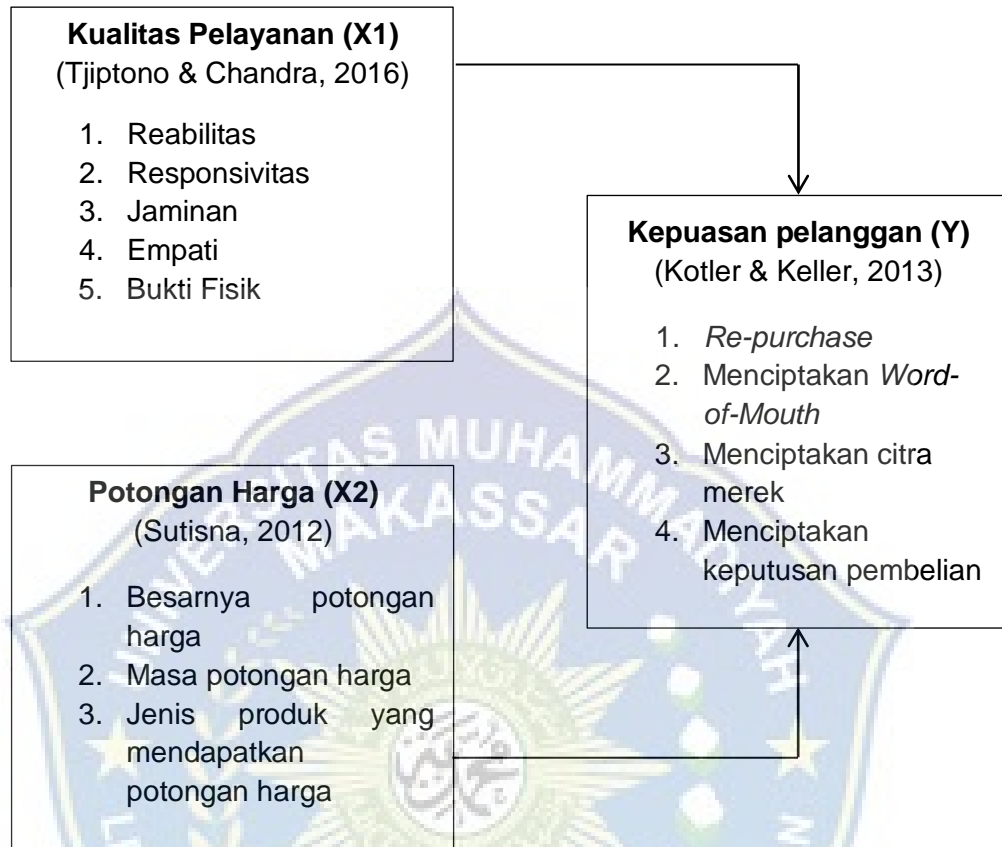
10. Chriswardana Bayu Dewa (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka Pikir penelitian merupakan kerangka interaksi antara konsep sebagai akibatnya bisa diamati dan diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan, efek kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan keterangan uraian diatas untuk menggambarkan hubungan dari variabel dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Melalui pembuktian dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis ini dapat dikatakan benar atau salah, dapat diterima ataupun ditolak. Disini kesimpulan sementara adalah :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.
2. Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini sering disebut dengan penelitian sebab akibat, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk peneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data pada instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana penelitian dilakukan dan tempat penelitian memperoleh informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian atau tempat dan kegiatan yang dapat diobservasi. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya TBK dan mengambil studi kasus pada Minimarket Alfamart Cabang Bontotanga yang beralamat di Desa Bontotanga Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba.

Adapun penelitian ini dilakukan sejak tanggal dikeluarkan izin penelitian dalam kurung waktu selama dua bulan yaitu 15 April 2023 sampai dengan 15 Juni 2023, satu bulan pengumpulan data dan satu bulan pengelolaan data dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data ordinal. Data ordinal merupakan data statistik kuantitatif yang variabel variabelnya ada dalam kategori terurut.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari hasil observasi, wawancara dan hasil dari pengisian kuisioner oleh pelanggan Alfamart Bontotanga.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti tentukan untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk di PT Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dan berukuran besar.

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai subjek dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi. Subjek ini diambil karena dalam banyak

kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Pengertian lain sampel adalah sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi (Santoso, 2001). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk di PT Alfaria Trijaya TBK (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba dengan kriteria sampel adalah telah membeli produk lebih dari dua kali. Dengan Jumlah sampel yang ditetapkan mengacu pada rumus Malhotra. Menurut Malhotra (2006) dalam analisis ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5 sampai 10, atau $5 \times$ jumlah variabel. Dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan 23 item indikator pertanyaan dari 3 variabel, maka untuk menentukan jumlah sampel yaitu $23 \times 5 = 115$ orang responden

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Pada penelitian ini dilakukan pengamatan langsung di minimarket Alfamart Bontotanga Kabupaten Bulukumba.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepastakaan melalui buku-buku,

jurnal, penelitian terdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui telepon, surat ataupun tatap muka (Ferdinand, 2006). Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala Likert umumnya menggunakan lima angka penelitian, yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

F. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun Jenis-Jenis variabel adalah sebagai berikut :

- a. Variabel Independen (Variabel Bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan Potongan Harga.
- b. Variabel Dependen (Variabel Terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang

menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Dalam penelitian ini ada tiga variabel penelitian yang digunakan yaitu.

a. Kualitas pelayanan (X1) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Reliabilitas (Kehandalan)
- 2) Responsivitas (Daya Tanggap)
- 3) Jaminan
- 4) Empati
- 5) Bukti Fisik

b. Potongan Harga (X2) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian dan pembelian di luar musim. Dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Besarnya potongan harga
- 2) Masa potongan harga
- 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

c. Kepuasan pelanggan (Y) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Membeli kembali (*Repurchase*)
 - 2) Menciptakan *Word Of Mouth*
 - 3) Menciptakan citra merek
- Menciptakan keputusan pembelian

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah pengumpulan data, yang dapat diuji keabsahan data dengan triangulasi data, mengkaji sebuah data dapat dilengkapi dengan rekomendasi dan dapat menarik kesimpulan. Pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil pertanyaan atau menyebarkan kuesioner kepada responden yang akan diteliti.

Data merupakan proses mengorganisasikan mengurutkan data dalam pola, dikategorikan dalam satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis yang didasarkan oleh data.

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validasi

Instrumen penelitian yg valid berarti alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Validitas merupakan pengukuran yg membagikan taraf ketepatan (kesahihan) berukuran suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Suatu

instrumen adalah tepat buat digunakan menjadi ukuran suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. sebaliknya, validitas rendah mencerminkan bahwa instrumen kurang sempurna buat diterapkan. hasil r hitung dibandingkan menggunakan t tabel dimana $df = n - 2$ menggunakan signifikansi 5%. Bila r tabel $<$ r hitung maka hasilnya valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya alat buat mengukur suatu kuesioner yang ialah indikator dari variabel atau konstruk. Keandalan suatu instrumen membagikan yang akan terjadi pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas berasal kesalahan pengukuran (error file), sehingga mengklaim suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) pada kurun ketika serta banyak sekali item atau titik (point) dalam instrumen.

Suatu berita umum dikatakan reliabilitas bila jawaban seorang terhadap pernyataan menghasilkan jawaban yang sama dari waktu ke waktu. Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r hitung menggunakan r tabel. jika r hitung $>$ r tabel maka instrument dinyatakan reliabel. buat mencapai hal tadi, dilakukan uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha diukur sesuai skala Cronbach's Alpha 0 sampai 1. Trithon menyatakan Bila skala itu dikelompokkan ke pada 5 kelas menggunakan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan menjadi berikut :

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 –0,20 berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 –0,40 berarti relatif reliable
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 –0,60 berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 –0,80 berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 –1,00 berarti sangat reliable

2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- α = Konstanta
- $\beta_1 \beta_2$ = Besaran koefisien Regresi dari masing- masing variabel
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Potongan Harga
- e = Error Term

3. Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data

normal atau tidak yaitu melalui pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng kekiri atau kekanan. Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data sepanjang garis diagonal (Basuki & Prawoto, 2016).

b. Uji Multikolonieritas

Digunakan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat/ tinggi diantara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen dan nilai tolerance. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah tolerance $< 0,10$ sama dengan $VIF > 10$ (Basuki & Prawoto, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya 40 tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik- titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Basuki & Prawoto, 2016).

H. Uji Hipotesis

1. Uji Statistik F

Uji F merupakan uji model yang menggambarkan fakta yang terjadi di tempat penelitian.

2. Uji Statistik t

Uji T merupakan salah satu uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dinyatakan signifikan, untuk melakukan uji hipotesis perlu diketahui dasar pengambilan keputusan dalam uji t.

Berikut 2 acuan yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan uji T:

a. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig)

- 1) Jika nilai (Sig) < Probabilitas 0,05, maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) secara individu atau parsial terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai (Sig) > Probabilitas 0,05, maka tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) secara individu atau parsial terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.

b. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

- 1) Jika nilai T-hitung > T-tabel, maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) secara individu atau parsial terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.

- 2) Jika nilai $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) secara individu atau parsial terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (berbisnis dengan nama Alfamart) adalah sebuah perusahaan perdagangan ritel yang berkantor pusat di Tangerang. Untuk mendukung kegiatan bisnisnya, hingga akhir tahun 2023, perusahaan ini memiliki 42 pusat distribusi dan 17.816 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia.

Awalnya, PT Sumber Alfaria Trijaya yang didirikan di tahun 1989 ini dimiliki oleh perusahaan rokok HM Sampoerna yang pernah tercatat memiliki 70% sahamnya. Bisnis utamanya pun bukan minimarket seperti saat ini, melainkan distribusi produk-produk rokok Sampoerna. Dalam perkembangannya, perusahaan ini juga memiliki anak usaha seperti PT Alfa Retailindo yang mengelola bisnis swalayan bernama Alfa Supermarket.

Sebagai bagian pengembangan usaha ritel Alfa Retailindo, pada tanggal 27 Juli 1999, didirikan PT Alfa Mitramart Utama yang 51% kepemilikannya dipegang perusahaan tersebut. Alfa Mitramart Utama bergerak di bisnis minimarket dengan merek "Alfa Minimart", yang gerai pertamanya berlokasi di Karawaci, Tangerang dan dibuka pada tanggal 18 Oktober 1999. Baik Alfa Retailindo dan Alfa Mitramart sendiri dirintis Sampoerna bersama dengan Djoko Susanto, seorang pedagang dan distributor rokok Sampoerna yang belakangan menjadi eksekutif di raksasa rokok tersebut.

Pada tanggal 27 Juni 2002, PT Sumber Alfaria Trijaya menjual mayoritas kepemilikannya di Alfa Retailindo kepada perusahaan milik Djoko,

PT Sigmantara Alfindo. Saham Sumber Alfaria yang tersisa di Alfa Retailindo kemudian dialihkan ke induknya, HM Sampoerna. Kemudian, pada 1 Agustus 2002, Alfa Minimart (PT Alfa Mitramart Utama) dilepaskan dari Alfa Retailindo dan menjadi anak usaha langsung PT Sumber Alfaria Trijaya. Saat itu, Alfa Minimarket sudah memiliki 141 gerai, dan belakangan PT Sumber Alfaria Trijaya mengganti usaha utamanya dari perdagangan dan distribusi berbagai macam produk menjadi pengendali baru gerai-gerai Alfa Minimart. Di tanggal 1 Januari 2003, toko-toko Alfa Minimart berganti nama menjadi Alfamart, yang kemudian berkembang menjadi 800 gerai. Meskipun demikian, struktur kepemilikan PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) tetap sama, yaitu dikuasai oleh HM Sampoerna, sisanya Djoko dengan kepemilikan 30%. Pada tahun 2005, tercatat Alfamart sudah memiliki 1.200 gerai, baik dimiliki sendiri maupun waralaba.

B. Penyajian Data Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba sebanyak 115 orang (Pelanggan). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk google form untuk di sebarakan kepada responden. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi: pernah pernah berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba > 2 kali, jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner terhadap pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-Laki	50	43%
2	Perempuan	65	57%
Jumlah		115	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, maka diperoleh karakteristik responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang (43%) sedangkan responden perempuan sebanyak 65 orang (57%) .

b. Usia

Berdasarkan Berdasarkan hasil sebaran kuesioner terhadap pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba yang dikelompokkan berdasarkan usia, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	< 20 Tahun	16	14%
2	21-20 Tahun	69	60%
3	31-40 Tahun	25	22%
4	> 40 Tahun	5	4%
Jumlah		115	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia kurang dari 20 tahun terdiri 16 orang responden (14%), kemudian responden usia 21-30 tahun sebanyak 69 orang (60%), kemudian responden dengan usia 31-40 tahun sebanyak 25 orang (22%), sedangkan responden usia 41 ke atas sebanyak 5 orang (4%).

c. Pekerjaan

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner terhadap pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba yang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1	PNS/TNI/POLRI	6	5%
2	Wiraswasta	14	12%
3	Petani/Buruh	7	6%
4	Mahasiswa/Pelajar	50	43%
5	Lainnya	38	33%
<i>Jumlah</i>		115	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan PNS/TNI/POLRI terdiri 6 orang responden (5%), kemudian responden wiraswasta sebanyak 14 orang (12%), kemudian responden Petani/Buruh sebanyak 7 orang (6%), sedangkan responden Mahasiswa/Pelajar sebanyak 50 orang (43%) dan responden yang menjawab lainnya sebanyak 38 orang (33%).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, potongan harga dan kepuasan pelanggan. Adapun jumlah kuesioner yang disebarakan sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan yaitu sebanyak 115 responden, dengan jumlah pertanyaan yaitu sebanyak 23 item yang terdiri dari 8 item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan, 7 item pertanyaan untuk variabel potongan harga dan 8 item pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kualitas Pelayanan

Indikator	Alternatif Jawaban										Rata-rata
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X1.1.1	11	9,6	80	69,6	21	18,3	3	2,6	0	0	3,68
X1.1.2	21	18,3	86	74,8	7	6,1	1	0,9	0	0	4,10
X1.1											5,73
X1.2.1	14	12,2	82	71,3	18	15,7	1	0,9	0	0	3,95
X1.2.2	10	8,7	92	80	13	11,3	0	0	0	0	3,97
X1.2											3,96
X1.3.1	13	11,3	99	86,1	3	2,6	0	0	0	0	4,09
X1.3											4,09
X1.4.1	20	17,4	95	82,6	0	0	0	0	0	0	4,17
X1.4.2	14	12,2	93	80,9	8	7	0	0	0	0	4,05
X1.4											4,11
X1.5.1	15	13	97	84,3	3	2,6	0	0	0	0	4,10
X1.5											4,10

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan. Dimana pada indikator X1.4.1 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,17. Sedangkan indikator X1.1.1 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu hanya 3,68.

a. Variabel Potongan Harga (X2)

Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Berdasarkan Potongan Harga

Indikator	Alternatif Jawaban										Rata-rata
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
X2.1.1	8	7	103	89,6	2	1,7	1	0,9	1	0,9	4,01
X2.1.2	30	26,1	81	70,4	3	2,6	1	0,9	0	0	4,22
X2.1											4,12
X2.2.1	29	25,2	83	72,2	2	1,7	1	0,9	0	0	4,22
X2.2.2	21	18,3	92	80	2	1,7	0	0	0	0	4,17
X2.2											4,19
X2.3.1	28	24,3	84	73	3	2,6	0	0	0	0	4,22
X2.3.2	32	27,8	82	71,3	1	0,9	0	0	0	0	4,27
X2.3.3	23	20	90	78,3	2	1,7	0	0	0	0	4,18
X2.3											4,23

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel potongan harga. Dimana pada indikator X2.3.2 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,27. Sedangkan indikator X2.1.1 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu hanya 4,01.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Berdasarkan Kepuasan Pelanggan

Indikator	Alternatif Jawaban										Rata-rata
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Y.1.1	16	13,9	84	73	14	12,2	1	0,9	0	0	4,00
Y.1.2	15	13	95	82,6	5	4,3	0	0	0	0	4,09
Y.1											6,04
Y.2.1	14	12,2	96	83,5	5	4,3	0	0	0	0	4,08
Y.2.2	10	8,7	100	87	4	3,5	1	0,9	0	0	4,03
Y.2											6,09
Y.3.1	27	23,5	84	73	4	3,5	0	0	0	0	4,20
Y.3.2	12	10,4	98	85,2	5	4,3	0	0	0	0	4,06
Y.4											6,23
Y.4.1	19	16,5	93	80,9	2	1,7	1	0,9	0	0	4,13
Y.4.2	16	13,9	94	81,7	4	3,5	1	0,9	0	0	4,09
Y.5											6,17

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dimana pada indikator Y.3.1 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,20. Sedangkan indikator Y.1.1 merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu hanya 4,00.

3. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang ditetapkan peneliti dalam skripsi ini, dimana suatu Penelitian dapat dikatakan valid apabila memiliki korelasi R-hitung > R-tabel .

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1.1	0,724	0,1832	Valid
	X1.1.2	0,814	0,1832	Valid
	X1.2.1	0,790	0,1832	Valid
	X1.2.2	0,654	0,1832	Valid
	X1.3.1	0,550	0,1832	Valid
	X1.4.1	0,607	0,1832	Valid
	X1.4.2	0,683	0,1832	Valid
Potongan Harga (X2)	X1.5.1	0,553	0,1832	Valid
	X2.1.1	0,584	0,1832	Valid
	X2.1.2	0,764	0,1832	Valid
	X2.2.1	0,811	0,1832	Valid
	X2.2.2	0,663	0,1832	Valid
	X2.3.1	0,810	0,1832	Valid
	X2.3.2	0,781	0,1832	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	X2.3.3	0,697	0,1832	Valid
	Y.1.1	0,632	0,1832	Valid
	Y.1.2	0,710	0,1832	Valid
	Y.2.1	0,714	0,1832	Valid
	Y.2.2	0,707	0,1832	Valid
	Y.3.1	0,720	0,1832	Valid
	Y.3.2	0,542	0,1832	Valid
	Y.4.1	0,693	0,1832	Valid
Y.4.2	0,719	0,1832	Valid	

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan table 4.7 hasil pengujian validitas kuesioner maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada masing-masing indikator variable penelitian dinyatakan valid karena memiliki nilai keseluruhan R-hitung > nilai R-tabel maka kesimpulannya data valid maka penelitian dapat dilanjutkan.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari

waktu ke waktu dengan Nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) diatas 0,60 atau sebesar 0,60.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,830	0,60	Reliabel
Potongan Harga	0,855	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,830	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran 2

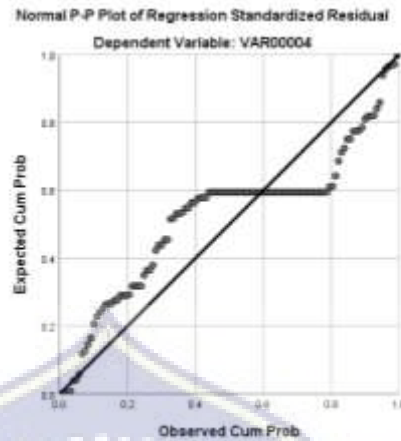
Pada tabel 4.8 nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh pada variabel kualitas pelayanan yaitu 0.830, variabel potongan harga yaitu 0.855 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,830. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, potongan harga dan kepuasan pelanggan dapat dikatakan Reliabel karna telah memenuhi syarat uji reliabilitas dimana nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah model regresi, variabel terikat serta variabel bebas keduanya berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan grafik *normal P-P Plot*. Pada pendekatan grafik *normal P-P Plot*, jika data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4. 1 Uji Grafik Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan Gambar 4.1 diperoleh hasil pengujian grafik kurva *normal P-P Plot*. Diketahui bahwa dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal maka keseluruhan data variabel dalam penelitian dinyatakan berdistribusi normal sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Dalam pengujian multikolinieritas ini, jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 artinya tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,580	1,725	Bebas Multikolinieritas
Potongan Harga	0,580	1,725	Bebas Multikolinieritas

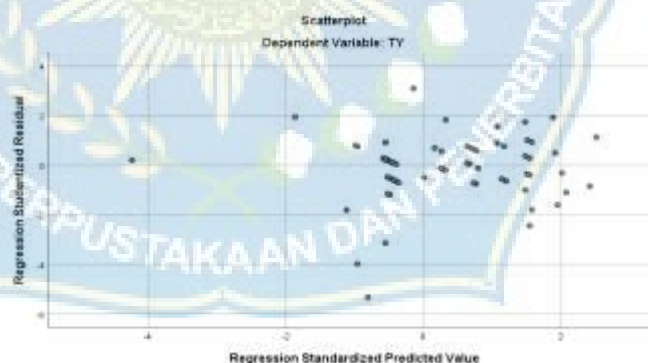
Sumber : Lampiran 4

Pada tabel 4.9 diperoleh hasil dari uji multikolinieritas dimana nilai variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai *tolerance* 0,580 > 0,1 dan memiliki nilai VIF 1,725 < 10. Sedangkan, variabel potongan harga (X2) memiliki nilai *tolerance* 0,580 > 0,1 dan memiliki nilai VIF 1,725 < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan potongan harga tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot*.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan Gambar 4.2 grafik *scatterplot* tersebut, menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti

tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dapat dilakukan dengan menginterpretasikan angka-angka yang ada di dalam *Unstandardized Coefficients Beta* pada table berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Variabel Dependen	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Ket
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	1.013	0.072	1.011	8.828	0.001	Signifikan
Potongan Harga	Kepuasan Pelanggan	0.822	0.076	0.826	10.771	0.000	Signifikan
R = 0.786							
R Square = 0.718							
F = 90.662		Sig = 0.000					

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai konstanta α sebesar 10,539 dan koefisien regresi β_1 sebesar 1,013 dan β_2 sebesar 0,822. Nilai konstanta dan koefisien regresi (α , β_1 , β_2) ini dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 10,539 + 1,013X_1 + 0,822X_2 + e$$

6. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik F

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh hasil dari regresi menunjukkan bahwa nilai F-hitung > F-tabel yaitu sebesar 90,662 > 3,08 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 <

0,05. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model dapat menggambarkan fakta yang terjadi di lapangan.

b. Uji Statistik t

Pada tabel 4.10 diperoleh hasil pengujian terhadap masing-masing variabel kualitas pelayanan dan potongan harga secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dianalisis sebagai berikut :

1) Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai T-hitung $>$ T-tabel yaitu sebesar $8,828 > 1,980$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba.

2) Potongan Harga

Variabel potongan harga memiliki nilai T-hitung $>$ T-tabel yaitu sebesar $10,771 > 1,980$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. .

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel 4.10 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 71,8% yang dimana merupakan fakta yang terjadi dilapangan. Sedangkan sisanya yang sebesar 28,2% merupakan keterbatasan alat ukur dalam mengungkap fakta.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan di ikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya.

Hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini

semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan (Noor, 2020)

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ria Setia W, Sasi Utami dan Sri Rochani (2018) dengan judul “Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Jl.Jaksa Agung Supranto No.11 Mojorot Kediri”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan potongan harga akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya.

Potongan harga merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk yang tertera dilabel atau kemasan produk tersebut. Potongan harga yang diberikan harus memiliki arti penting bagi konsumen sebab potongan harga akan memberikan kepuasan dan akan menimbulkan dorongan untuk membeli secara tiba-tiba. Selain itu, untuk meningkatkan volume penjualan serta memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak perusahaan memaksimalkan keuntungan jangka pendek dengan cara memberikan penawaran potongan harga (Ananda, 2021).

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lusinda Sirait, Desi Adestora Sinaga dan Agus Edy Rangkuti (2022) dengan judul “Pengaruh potongan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan shopee”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Hasil pengujian kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Hal ini berarti setiap peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya.
2. Hasil pengujian potongan harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba. Hal ini berarti setiap peningkatan potongan harga akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan, demikian sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapatkan. Adapun yang dapat penulis sarankan kepada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba adalah:

1. Diharapkan agar PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba lebih meningkatkan dan

mempertahankan kualitas pelayanan dengan berinovasi memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan.

2. Diharapkan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba dapat lebih mempelajari apa yang diinginkan konsumen serta dapat menentukan jenis potongan harga yang dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk berbelanja.



DAFTAR PUSTAKA

- Agisnawati. (2021). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pada Online Shop. *Skripsi. Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.*
- Ananda, D. (2021). Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Go-jek Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di Masa Covid-19. *Skripsi. Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.*
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif.*
- Diana, I. S. (2010). *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan.* Yogyakarta: Nuha Medika.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryoko, Ugeng, B., Pasaribu, V. L., & Ardiansyah. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi. *Jurnal Point*, 566.
- Hikmawati, A., & Megawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (Survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.*
- Islami, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sekretari dan Manajemen.*
- Ismawati, N., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Promosi Penjualan dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Guardian Grand Batam Mall. *Jurnal Ekuivalensi*, 8-9.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Edisi 14.* New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetisi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmoeddin, A. (2010). *Melacak Kredit Bermasalah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. United State Of America: Prestice Hall.
- Margaretha, M. (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera. *Jurnail Sains Pemasaran Indonesia*, 12.
- Mariana. (2009). Hubungan sikap Konsumen Pada Discount Dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir: Studi Pada Mahasiswa Semester 1 UIN Malang Tahun 2008/2009. *Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Malang, Malang*.
- Marthalia , D., & Pernama, K. W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart Talang Kelapa 2). *Jurnal Ekobis*.
- Marzuki. (2005). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mauluddin, H. (2010). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAi Kota Bengkulu. *Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu*.
- PT Alfaria Trijaya Tbk. (2019, Juli 6). *Sejarah Alfamart*. Retrieved Februari 7, 2023, from blog.alfamart.co.id: <https://blog.alfamart.co.id/2019/07/06/yuk-mengenal-pemilik-alfamart-lebih-dekat/>
- Putri, A. M., Mulyati , D. J., & Mulyati, A. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya. *E-Journal*, 4-5.
- Santoso, S. (2001). *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti

Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.

Sirait, L., Sinaga, D. A., & Rangkuti, A. E. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering*.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: PT Alfabert.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). *Production and Operation Management*. USA: Allyn and Bacon.

Tussakdiah, N. H. (2021). Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Extra Alayah Samarinda. *Jurnal Ilmiah Psikologo*.

Utami, S., Rochani, S., & W, R. S. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 11 Mojoroto-Kediri. *Journal*, 3-6.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden Yth.

Perkenalkan saya Reski Purnama Wirawan dari Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk keperluan skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba**. Kuesioner ini merupakan sumber data utama dalam penelitian ini, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu atau Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

A. DATA RESPONDEN

1. Screening Question

Untuk keperluan keabsahan data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Sdr/i untuk memberi tanda checklist (✓) pertanyaan berikut :
Apakah anda pernah berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga Kabupaten Bulukumba > 2 kali ?

Pernah

Tidak Pernah

Jika “pernah” anda dapat melanjutkan kuesioner, jika “tidak pernah” anda tidak perlu melanjutkan kuesioner. Terimakasih

2. Identitas Responden

Berilah tanda checklist (✓) pada salah satu pilihan jawaban dan tulislah jawaban dengan singkat bila jawaban anda tidak tersedia pada pilihan jawaban dalam kuesioner ini.

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin : Laki-laki

Perempuan

Usia : < 20 Tahun

20-30 Tahun

31-40 tahun

> 40 Tahun

Pekerjaan : PNS/TNI/POLRI

Wiraswasta

Petani/Buruh

Mahasiswa/Pelajar

Lainnya.....

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia. Penilaian dapat anda berikan berdasarkan pilihan berikut :

SS : Sangat Setuju : dengan Skor 5

S : Setuju : dengan Skor 4

KS : Kurang Setuju : dengan Skor 3

Ts : Tidak Setuju : dengan Skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju : dengan Skor 1

KUALITAS PELAYANAN

NO	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	Reabilitas (Kehandalan)					
1	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga melayani pelanggan tepat waktu					
2	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
	Responsivitas (Daya Tanggap)					
3	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga cepat tanggap dalam melayani pelanggan					
4	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga tanggap apabila pelanggan mengalami kesulitan saat berbelanja					
	Jaminan					
5	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga mampu memberikan rasa percaya dan rasa aman saat berbelanja					
	Empati					
6	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga memberikan pelayanan tanpa membedakan pelanggan					
7	Karyawan Alfamart Cabang Bontotanga melayani pelanggan dengan ramah					
	Bukti Fisik					
8	Kondisi Ruang Alfamart Cabang Bontotanga tertata rapih, bersih, dan memiliki fasilitas pelayanan yang lengkap					

POTONGAN HARGA

NO	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	Besarnya Potongan Harga					
1	Alfamart Cabang Bontotanga memberikan diskon untuk produk tertentu setiap hari					
2	Pelanggan yang memiliki <i>member card</i> Alfamart Cabang Bontotanga sering ditawarkan berbagai macam potongan harga					

	sesuai dengan ketentuan yang berlaku					
	Masa Potongan Harga					
3	Alfamart Cabang Bontotanga memberikan diskon besar-besaran dengan waktu yang cukup lama pada hari perayaan tertentu					
4	Alfamart Cabang Bontotanga memberikan diskon bulanan yang diberikan 2 kali dalam sebulan dengan jangka 15 hari untuk setiap diskonnnya					
	Jenis Produk Yang Diberi Potongan Harga					
5	Pemberian diskon untuk produk tertentu dengan jenis layanan tebus murah yang diberi minimal jumlah pembelian					
6	Pemberian diskon <i>Buy 1 get 1</i> untuk produk tertentu					
7	Produk yang lebih sering diberi diskon untuk produk kategori makanan ringan					

KEPUASAN PELANGGAN

NO	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
	Membeli Kembali (<i>Repurchase</i>)					
1	Saya merasa puas berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga dan akan terus setia berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga					
2	Alfamart Cabang Bontotanga akan menjadi pilihan utama saya untuk berbelanja					
	Menciptakan <i>Word Of Mouth</i>					
3	Saya akan mengajak keluarga dan kerabat saya untuk berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga					
4	Saya akan menceritakan ke semua teman saya tentang kepuasan yang saya rasakan saat saya berbelanja di Alfamart Canang Bontotanga					
	Menciptakan Citra Merek					
5	Alfamart Cabang Bontotanga merupakan salah satu tempat berbelanja yang terbaik di Kecamatan Bontotiro Kabupaten Bulukumba					

6	Saya merasa bangga berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga					
	Menciptakan Keputusan Pembelian					
7	Saya berbelanja di Alfamart Cabang Bontotanga karena menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga yang lengkap					
8	Saya yakin akan keputusan saya membeli produk di Alfamart Bontotanga karena kualitas produk sesuai dengan harapan saya					



Lampiran 2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		Kualitas Pelayanan
X1	Pearson Correlation	0.724**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X2	Pearson Correlation	0.814**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X3	Pearson Correlation	0.790**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X4	Pearson Correlation	0.654**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X5	Pearson Correlation	0.550**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X6	Pearson Correlation	0.607**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X7	Pearson Correlation	0.683**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X8	Pearson Correlation	0.553**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
T_X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	115

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Potongan Harga (X2)

Correlations

		Potongan Harga
X1	Pearson Correlation	0.584**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X2	Pearson Correlation	0.764**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X3	Pearson Correlation	0.811**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X4	Pearson Correlation	0.663**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X5	Pearson Correlation	0.810**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X6	Pearson Correlation	0.781**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
X7	Pearson Correlation	0.697**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
T_X	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	115

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Kepuasan Pelanggan
Y1	Pearson Correlation	0.632**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y2	Pearson Correlation	0.710**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y3	Pearson Correlation	0.714**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y4	Pearson Correlation	0.707**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y5	Pearson Correlation	0.720**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y6	Pearson Correlation	0.542**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y7	Pearson Correlation	0.693**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
Y8	Pearson Correlation	0.719**
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	115
T_Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	115

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.830	5

Uji Reliabilitas Potongan Harga (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.855	3

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.830	4



Lampiran 3 Distribusi Frekuensi

Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X1)

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	2.6	2.6	2.6
	KS	21	18.3	18.3	20.9
	S	80	69.6	69.6	90.4
	SS	11	9.6	9.6	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	7	6.1	6.1	7.0
	S	86	74.8	74.8	81.7
	SS	21	18.3	18.3	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	18	15.7	15.7	16.5
	S	82	71.3	71.3	87.8
	SS	14	12.2	12.2	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	13	11.3	11.3	11.3
	S	92	80.0	80.0	91.3
	SS	10	8.7	8.7	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2.6	2.6	2.6
	S	99	86.1	86.1	88.7
	SS	13	11.3	11.3	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	95	82.6	82.6	82.6
	SS	20	17.4	17.4	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	8	7.0	7.0	7.0
	S	93	80.9	80.9	87.8
	SS	14	12.2	12.2	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X1.5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2.6	2.6	2.6
	S	97	84.3	84.3	87.0
	SS	15	13.0	13.0	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Potongan Harga (X2)

X2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	0.9	0.9	0.9
	TS	1	0.9	0.9	1.7
	KS	2	1.7	1.7	3.5
	S	103	89.6	89.6	93.0
	SS	8	7.0	7.0	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	3	2.6	2.6	3.5
	S	81	70.4	70.4	73.9
	SS	30	26.1	26.1	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	2	1.7	1.7	2.6
	S	83	72.2	72.2	74.8
	SS	29	25.2	25.2	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1.7	1.7	1.7
	S	92	80.0	80.0	81.7
	SS	21	18.3	18.3	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	3	2.6	2.6	2.6
	S	84	73.0	73.0	75.7
	SS	28	24.3	24.3	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	0.9	0.9	0.9
	S	82	71.3	71.3	72.2
	SS	32	27.8	27.8	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

X2.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	2	1.7	1.7	1.7
	S	90	78.3	78.3	80.0
	SS	23	20.0	20.0	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (Y)

Y.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	14	12.2	12.2	13.0
	S	84	73.0	73.0	86.1
	SS	16	13.9	13.9	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	4.3	4.3	4.3
	S	95	82.6	82.6	87.0
	SS	15	13.0	13.0	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	4.3	4.3	4.3
	S	96	83.5	83.5	87.8
	SS	14	12.2	12.2	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	4	3.5	3.5	4.3
	S	100	87.0	87.0	91.3
	SS	10	8.7	8.7	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	4	3.5	3.5	3.5
	S	84	73.0	73.0	76.5
	SS	27	23.5	23.5	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	4.3	4.3	4.3
	S	98	85.2	85.2	89.6
	SS	12	10.4	10.4	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	2	1.7	1.7	2.6
	S	93	80.9	80.9	83.5
	SS	19	16.5	16.5	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Y.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	0.9	0.9	0.9
	KS	4	3.5	3.5	4.3
	S	94	81.7	81.7	86.1
	SS	16	13.9	13.9	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.786 ^a	0.718	0.611	1.490

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402.488	2	201.244	90.662	0.000 ^b
	Residual	248.608	112	2.220		
	Total	651.096	114			

a. Dependent Variable: TY

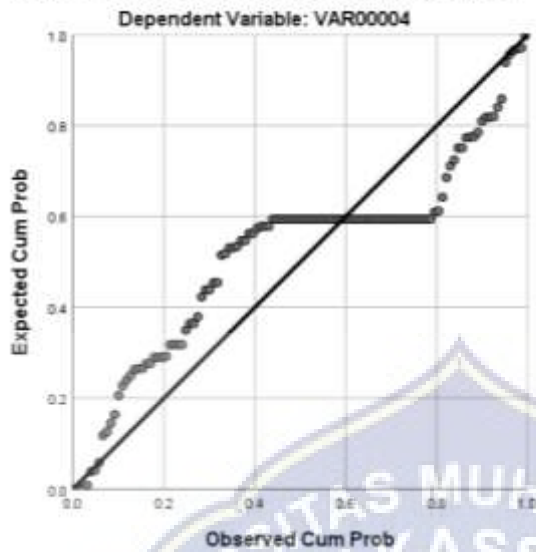
b. Predictors: (Constant), TX2, TX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.539	1.923		5.482	0.000
	TX1	1.013	0.072	1.011	8.828	0.001
	TX2	0.822	0.076	0.826	10.771	0.000

a. Dependent Variable: TY

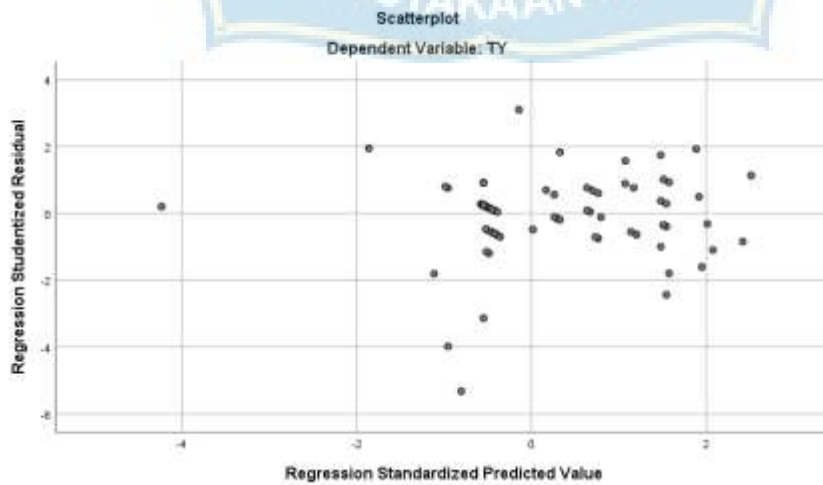
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TX1	0.580	1.725
	TX2	0.580	1.725

a. Dependent Variable: TY



Lampiran 5 Dokumentasi

Wawancara Dengan Pelanggan ALFAMART Bontotanga

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Nomor : 570/05/A.2-II/IV/44/2023 Makassar, 12 April 2023

Lamp : :-

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Reski Purnama Wirawan

Stambuk : 105721108118

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (ALFAMART) CABANG BONTOTANGA KABUPATEN BULUKUMBA

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 NIDN. 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	: 15684/S.01/PTSP/2023	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Bulukumba
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 1296/05/C.4-VIII/IV/1444/2023 tanggal 12 April 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: RESKI PURNAMA WIRAWAN
Nomor Pokok	: 105721108118
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sit Alauddin No. 259 Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (ALFAMART) CABANG BONTOTANGA KABUPATEN BULUKUMBA "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **17 April s/d 15 Juni 2023**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 17 April 2023

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



Ir. H. SULKAF S LATIEF, M.M.
Pangkat : PEMBINA UTAMA MADYA
Nip : 19630424 198903 1 010

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
2. Peringgal.



**PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU DAN TENAGA KERJA
(D P M P T S P T K)**

Jl. Kenari No. 13 Telp. (0413) 84241 Fax. (0413) 85060 Bulukumba 92511

**SURAT IZIN PENELITIAN
NOMOR : 210/DPMPTSPTK/IP/IV/2023**

Berdasarkan Surat Rekomendasi Teknis dari KESBANGPOL dengan Nomor 074/534/Bakesbangpol/IV/2023 tanggal 27 April 2023, Perihal Rekomendasi Izin Penelitian maka yang tersebut dibawah ini :

Nama Lengkap	: RESKI PURNAMA WIRAWAN
Nomor Pokok	: 105721103118
Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: S1
Institusi	: Universitas Muhammadiyah Makassar
Tempat/Tanggal Lahir	: BULUKUMBA / 2001-02-24
Alamat	: Dusun Tulekko Desa Bonto Marannu Kecamatan Bonto Tiro Kabupaten Bulukumba
Jenis Penelitian	: KUANTITATIF
Judul Penelitian	: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SUMBER ALFARIA TRJJAYA TRK (ALFAMART) CABANG BONTOTANGA KABUPATEN BULUKUMBA
Lokasi Penelitian	: Desa BONTOTANGA Kecamatan BONTOTIRO kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan
Pendamping	: PENDAMPING I, Andi Mappatempo, SE, M. M, PEMBIMBING II, Sherry Edella Natsir Kalla, S. E., M. MKtg
Lama Penelitian	: tanggal 15 April 2023 s/d 15 Juni 2023

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mematuhi semua Peraturan Perundang - Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat - istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
2. Tidak mengganggu keamanan/ketertiban masyarakat setempat
3. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan 1(satu) eksampul hasilnya kepada Bupati Bulukumba Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Bulukumba;
4. Surat izin ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaksud belum selesai.

Dikeluarkan di : Bulukumba
Pada Tanggal : 01 Mei 2023



	Kepala Dinas DPMPTSPTK
	Feryawan Z. Fahmi, S.STP., MAP
	Pangkat : Pembina Tk. I-IV/b
	Nip : 19820212 200212 1 001



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN