

ABSTRACT

In this globalization of business competition becomes very high, both in the domestic market (national) as well as in international markets / global. To win the competition, companies must be able to give satisfaction to customers, for example by providing products of better quality, cheaper, faster delivery of products and better service than its competitors.

The problem in this study is there a difference between consumer satisfaction and consumer Indomaret Alfamart on location, services, products, promotions, and prices that affect the attitude of the buyer. The purpose of this research is to know how big the difference in consumer satisfaction Alfamart and Indomaret to know how much the level of consumer satisfaction level comparison Indomaret and Alfamart of location, service, product, promotion, and price in choosing the most satisfying place to shop.

This research was done on minimarket Indomaret and Alfamart in Pademangan. Population in this research is that consumers who shop at the minimarket Indomaret and Alfamart, while a sample is taken using a formula of literacy so that known samples in this study of 100 respondents. The analysis technique used in this study were paired t test with significance level $\alpha = 0.05$. The results after a test with partial t-test of each variable found a significant effect of 0.002 is below the level of significance is used ($\alpha = 0.05$) to reject H_0 . The conclusion that can be drawn from this study is the discrepancy between the level of customer satisfaction Alfamart and Indomaret on component location, service, completeness of product offerings, pricing and promotion. The amount of difference in the level of consumer satisfaction consumer Indomaret and Alfamart on location, price, promotion, and services amounted to 0.002 which indicates reject H_0 below the level of significance is used ($\alpha = 0.05$). The advice given in this study are: 1. Display front minimarket Alfamart and Indomaret and made more attractive. 2. Inventories of goods on minimarket Indomaret and Alfamart to be presented with more planned. 3. every day low prices are not useful if it is touted in advertisements and promotions

are therefore in the booth Alfamart and Indomaret when consumers go shopping it is really proven. 4. Minimarket Indomaret and Alfamart should be able to control costs. 5. Indomaret and Alfamart in providing the service must be more friendly and alert. 6. Design Indomaret minimarket display and there should Alfamart perperiode change certain themes. 7. To investigate further to add another variable and trade organizations or other minimarket as a comparison for the result that more perfect.

Keywords: Customer Satisfaction (location, service, completeness of product, price, promotion) Minimarket, Indomaret, Alfamart, District Pademangan

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestic (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, Misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan tingkat kepuasan antara konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap lokasi, pelayanan, produk, promosi, dan harga yang mempengaruhi sikap para pembeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbedaan kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart serta untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbandingan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap lokasi, pelayanan, produk, promosi, dan harga dalam memilih tempat berbelanja yang paling memuaskan.

Penelitian ini dilakukan pada minimarket Indomaret dan Alfamart yang berlokasi di kecamatan Pademangan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada minimarket Indomaret dan Alfamart, sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus literasi sehingga diketahui sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t berpasangan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian setelah diadakan pengujian dengan uji-t secara parsial dari masing-masing variabel ditemukan pengaruh yang signifikan sebesar 0,002 berada dibawah level of significance yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga tolak H_0 . Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah adanya perbedaan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart pada komponen lokasi, pelayanan, kelengkapan produk yang ditawarkan, harga dan promosi. Besarnya perbedaan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap lokasi, harga, promosi, dan pelayanan sebesar 0,002 yang menunjukkan tolak H_0 di bawah level of significance yang

digunakan ($\alpha = 0,05$). Saran yang diberikan dalam penelitian ini diantaranya: 1. Display depan minimarket Indomaret dan Alfamart dibuat lebih menarik. 2. Persediaan barang pada minimarket Indomaret dan Alfamart agar dapat disajikan dengan lebih terencana. 3. every day low price tidak berguna jika itu didengungkan dalam iklan dan promosi saja oleh karena itu di dalam gerai Indomaret dan Alfamart pada saat konsumen berbelanja hal tersebut benar-benar terbukti. 4. Minimarket Indomaret dan Alfamart harus dapat mengendalikan biaya-biaya. 5. Indomaret dan Alfamart dalam memberi pelayanan harus lebih ramah dan sigap. 6. Disain tampilan minimarket Indomaret dan Alfamart sebaiknya ada perubahan tema perperiode tertentu. 7. Untuk meneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan organisasi perdagangan atau minimarket lain sebagai pembanding agar didapat hasil yang lebih sempurna.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen (lokasi, pelayanan, kelengkapan produk, harga, promosi) Minimarket, Indomaret, Alfamart, Kecamatan Pademangan