

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayan pelanggan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart studi di Alfamart Gang Beo, Demangan Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Alfamart. Tehnik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 160 orang. Tehnik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Tehnik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,706 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,320, (2) Terdapat pengaruh positif pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,699 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,315, (3) Terdapat pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,999 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,197, (4) Terdapat pengaruh positif kualitas produk, pelayanan pelanggan, dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 41,365 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan Pelanggan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, dan Survei

ABSTRAC

This study aims to determine the effect of product quality, customer service, and promotion on customer satisfaction in Alfamart studies in Alfamart Gang Beo, Demangan Baru, Caturtunggal, Kec. Depok, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta. This type of research used in this study is a survey. The population in this study were all Alfamart consumers. The sampling technique uses a purposive sampling method with a total sample of 160 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer hypotheses is multiple regression.

The results of this study indicate that: (1) There is a positive influence on product quality on customer satisfaction, as evidenced by the t value of 3.706 with a significance value of $0.000 < 0.05$; and regression coefficient of 0.320, (2) There is a positive influence of customer service on customer satisfaction, as evidenced from the t value of 3.699 with a significance value of $0.000 < 0.05$; and regression coefficient of 0.315, (3) There is a positive influence of promotion on customer satisfaction, as evidenced by the t value of 2.999 with a significance value of $0.000 < 0.05$; and regression coefficient of 0.197, (4) There is a positive influence on product quality, customer service, and promotion together on customer satisfaction, evidenced from the calculated F value of 41,365 with a significance value of $0,000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Customer Service, Promotion, Customer Satisfaction, and Surveys