

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ALFAMART

Oleh

I Putu Gede Andri Ariyana, NIM 1717041093

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan yang teruji tentang pengaruh kualitas dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, dan pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart dan objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, kuesioner, dan pencatatan dokumen, serta dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart, (3) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart. Bagi peneliti selanjutnya khususnya yang tertarik untuk mengkaji aspek serupa tentang kepuasan pelanggan, agar mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain seperti variabel lokasi, harga, dan kepercayaan pelanggan. Subjek penelitian yang berbeda, periode penelitian yang diperpanjang, serta jumlah sampel yang diperluas dapat dilakukan agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ALFAMART

Oleh

I Putu Gede Andri Ariyana, NIM 1717041093

Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to examine the effect of quality and corporate image with Alfamart customer satisfaction, the effect of service quality with Alfamart customer satisfaction, and the effect of corporate image on Alfamart customer satisfaction. The type of research used is quantitative research and the research design used is causal research design. The subjects in this research are Alfamart customers and the objects in this research are service quality, company image and customer satisfaction. Determination of the sample in this research using purposive sampling technique, with the number of samples used is 100 respondents. Data were collected using observation, questionnaire, and document recording methods, and analyzed using multiple linear regression analysis methods. The research results show that service quality and company image have a significant positive impact on Alfamart customer satisfaction, service quality has a significant positive impact on Alfamart customer satisfaction, and company image has a significant positive impact on Alfamart customer satisfaction. For further researchers, especially those who are interested in studying similar aspects of customer satisfaction, they should develop research using other variables such as location, price, and customer trust variables. Different research subjects, an extended research period, and an expanded number of samples can be carried out to obtain more varied results regarding the variables that can affect customer satisfaction.

Keywords: *corporate image, customer satisfaction, service quality*