

# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PT. ALFA MART CINANGKA

IRWAN, IR. TITIEK IREWATI, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penelitian konsumen

Abstraksi :

Kunci sukses suatu usaha tidak lepas dari seberapa jauh perusahaan mampu memberi kepuasan kepada konsumen. Pengukuran tingkat kepuasan menjadi sangat penting untuk mengetahui bagaimana pandangan masyarakat terhadap perusahaan. PT. Alfa Mart adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang pemenuhan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sebenarnya PT. Alfa Mart sudah melakukan system pemilihan point kepada para responden untuk memberikan nilai untuk PT. Alfa Mart itu sendiri dengan memberikan dua pilihan kata yaitu puas dan tidak puas. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai mana tingkat kepuasan konsumen terhadap aspek produk, fasilitas, dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Alfa Mart. PT. Alfa Mart ini memiliki luas bangunan 10 x 12 m<sup>2</sup> dengan memperkerjakan 6 pegawai. Penelitian dilakukan dengan metode survey yaitu memberikan kuesioner yang terdiri dari sekumpulan pertanyaan yang disajikan untuk dijawab dan untuk dijadikan data primer. Metode survey yang digunakan adalah Non probability sampling yaitu antara Convenience sampling ( sampling kemudahan ) dan sampling aksidental. Penelitian dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 50 responden, dengan karakteristik responden terdiri dari sebagian besar perempuan (66%) dan laki-laki (34%), berusia antara 15 - 35 tahun dan rata-rata bekerja sebagai ibu rumah tangga dengan penghasilan berkisar antara Rp 500 000 sampai dengan Rp 1 000 000. Hasil kuesioner memperlihatkan bahwa pelayanan memperoleh nilai paling tinggi sebanyak 154.8 , kemudian fasilitas menempati nilai tertinggi kedua dengan nilai 142 , dan mendapatkan nilai terendah yaitu produk dengan nilai sebesar 121.75 . Artinya berdasarkan survey yang dilakukan terhadap 50 responden, ranking kepuasan mereka dipenuhi oleh pelayanan ( 1 ), fasilitas ( 2 ), dan produk ( 3 ).