**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA INDOMARET DI DESA WRINGINANOM KABUPATEN GRESIK.**

NELA DEVITASARI

1211600097

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

sarinela540@gmail.com

***Abstract***

*This study aims to determine how the influence of service quality, price perceptions, and product quality on consumer satisfaction at Indomaret in the village of Wringinom, Gresik Regency. Accidental Sampling is a sampling technique in this study. The research data were obtained by distributing research questionnaires about service quality, price perceptions, product quality, and customer satisfaction to 50 Indomaret respondents. Multiple Linear Regression is a data analysis technique in this study using IBM SPSS Statistics 20. The results of the study show that: (1) Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction of 0,000 <0.05 on Indomaret, (2) Price Perception has a significant effect on Consumer Satisfaction of 0.013 <0.05 on Indomaret, (3) Product Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction of 0.001 <0.05 on Indomaret, (4) Service Quality, Price Perception and Product Quality have a significant effect jointly on Consumer Satisfaction, obtained f count> f the table is 98.158> 2.807 then H0 is rejected and a significance value of 0.000 is less than 0.05 in Indomaret in the village of Wringinom, Gresik Regency.*

*Keywords: Service Quality, Price Perception, Product Quality, Consumer Satisfaction.*

**1. Pendahuluan**

Semakin ketatnya persaingan industri ritel di Indonesia saat ini, terbukti dengan9banyaknya industri ritel yang sudah tersebar luas sampai ke berbagai sudut kota di penjuru tanah air indonesia, baik itu ritel tradisional maupun ritel modern. Sekarang industri retail yang paling berkembang jenis minimarket. Perkembangan industri retail modern di Indonesia semakin menjamur, sehingga banyak ditemukan berbagai minimarket disekitar kita yang biasanya didirikan ditempat yang ramai dilalui oleh masyarakat seperti di pinggiran jalan raya.

Fenomena persaingan di industri ritel saat ini sangat ketat seperti indomaret. Persaingan kompetitif indomaret untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan9konsumen setianya. Usaha ini sudah menyebar dan menguasai industri ritel, khususnya ritel modern sampai kepelosok daerah Indonesia. Di daerah Gresik khususnya desa Wringinanom, kecamatan Wringinanom menjadi salah satu lokasi yang strategis bagi indomaret dengan mendirikan gerai di daerah tersebut karena belum ada swalayan modern.Penduduk yang padat dan terletak di daerah industri maka sangat menguntungkan untuk mendapatkan banyak konsumen.Jadi indomaret memberikan kepuasan pada konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang pasti, harga pas dan menyediakan produk kebutuhan konsumen yang lengkap.

Untuk memberikan kepuasan konsumen ada faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan indomaret. Dalam hal ini indomaret memiliki sistem kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk. Indomaret harus bersaing dengan minimarket lain yang memiliki kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk yang juga baik sehingga terkadang memiliki tingkat pendapatan dan konsumen berbeda.

Berdasarkan keterangan diatas bahwa kualitas pelayanan, harga dan produksi mempunyai peranan penting bagi kepuasan konsumen. Tanpa adanya kualitas pelayanan yang4berkelanjutan, dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat, dan kelengkapan produk untuk kebutuhan para konsumen, maka akan sulit dalam bersaing dengan industri ritel yang sejenis. Berkaitan dengan hal diatas, penulis ingin mengangkat penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas ProdukTerhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret Indomaret di Desa Wringinanom Kabupaten Gresik.**” Sehingga rumusan masalah sebagai berikut :

* 1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di desa Wringinanom Kabupaten Gresik ?
	2. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di desa Wringinanom Kabupaten Gresik ?
	3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di desa Wringinanom Kabupaten Gresik?
	4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di desa Wringinanom Kabupaten Gresik ?

**2. Tinjauan Pustaka**

Perusahaan haruslah memiliki strategi pemasaran yang dijalankan dengan kreativitas yang terus dikembangkan untuk tujuan yang akan dicapai. Maka dalam hal ini yang diperlukan perusahaan adalah adanya **Manajemen Pemasaran**. Menurut Kotler dan Keller (2016:27), “*Marketing management as the art6and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer0value*”. Artinya , bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan1menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

**Bauran pemasaran** menurut Lupiyoadi (2013:92), merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas bebagai unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan8penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan dengan6sukses. Konsep bauran pemasaran produk barang untuk pertama kali dipopulerkan oleh Jeremy Mccharty yang hanya mencakup 4P (product, price, promotin, dan place). Sedangkan untuk bauran pemasaran jasa dikenal dengan istilah 7P, sebagai berikut:

1. Produk
2. Pricing
3. Promotion
4. Place
5. People
6. Physical evidence
7. Proses

**Perilaku konsumen** (*consumer behavior*) menurut Danang Sunyoto (2014:255), dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang7secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang/jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan3pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

**Kualitas Pelayanan** menurut Fandi Tjiptono (2014:268) definisi, “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk9mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Tjiptono dan Candra (2012:78) indikator-indikator kualitas pelayanan adalah :

1. Reliabiliti (kemampuan memberikan layanan)
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

**Persepsi harga** menurut Xia et al. pada Lee dan Lawson-Body (2011: 532) mengemukakan bahwa persepsi harga merupakan penilaian konsumen3dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain1masuk diakal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi.

**Indikator-indikator** pengukuran persepsi harga ada empat yang mencirikan harga menurut Kotler dan Armstrong (2008) :

1. Keterjangkauan harga
2. Keseuaian harga dengan kualitas produk dan layanan
3. Daya saing harga
4. Keseuaian harga dengan manfaat

**Kualitas produk** dan jasa yang tinggi adalah nilai utama yang diharapkan oleh konsumen dari produsen. Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang/jasa (Sudaryono 2016:86). Menurut Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012 : 121) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja
2. Fitur
3. Keseuaian harga dengan spesifikasi
4. Ketahanan
5. Keandalan
6. *Serviceability*
7. Estetika
8. Kualitas yang dipersepsikan

**Kepuasan konsumen** menurut Sudaryono (2016:96) merupakan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang/jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penilaian evaluatif5pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

Terdapat empat elemen dalam kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2011:182) yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Kualitas pelayanan
4. Faktor emosional

**3. Metode Penelitian**

Penelitian ini, informasi yang diambil adalah tentang kepuasan konsumen Indomaret terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah masyarakat umum khususnya di desa Wringinanom, Kabupaten Gresik yang pernah berbelanja dua kali atau lebih di Indomaret. Cara pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket dan *library research.* Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling.* Dalam penelitian ini analisis yang digunakan, yaitu metode analisis regresi linear berganda. Tempat penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada Indomaret yang ada di Desa Wriginanom, Kabupaten Gresik.

**Sampel** adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi0tersebut (Sugiyono, 2015:135). Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah berbelanja lebih dari dua kali atau lebih di kedua minimarket tersebut. Sampel dalam penelitian ini mengambil 50 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik *Insidental*, teknik ini disebut juga dengan teknik *Accidental Sampling*, dimana setiap responden yang dijumpai pada saat penelitian dijadikan responden penelitian.

**Definisi variabel dan Definisi operasional**

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2014:95) merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu9yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel operasional dalam penelitian ini :

1. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi1harapan konsumen (Fandi Tjiptono, 2014:268).
2. Persepsi harga menurut Xia et al. pada Lee dan Lawson-Body (2011: 532), merupakan penilaian konsumen dan bentuk emosional yang terasosiasi mengenai apakah harga0yang ditawarkan oleh penjual dan harga yang dibandingkan dengan pihak lain masuk diakal, dapat diterima atau dapat dijustifikasi.
3. Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan6kinerja barang atau jasa (Sudaryono 2016:86).
4. Kepuasan konsumen merupakan sebagai keseluruhan2sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang/jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Sudaryono, 2016:96).

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau angket dan *Library research* (riset kepusatakaan).

**Proses Pengolahan Data**

Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap dasar, sebagai berikut :

1. *Proces Editing*
2. *Proces Coding*
3. Tabulasi
4. *Proces Scoring*

**Metode Analisis Data**

**Uji Validitas**

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan indtrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan8data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:137). Dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan mengkorelasi setiap skor variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01.

**Uji Reliabilitas**

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument5cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah sesuai. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha* dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

**Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan unyuk menguji apakah model regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Maka uji normalitas dilakukan bukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residunya. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika nilai probailitas (α) > 0,05 maka Ho diterima,
2. Jika nilai probabilitas (α) ≤ 0,05 maka Ho ditolak
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPREDZ) dengan residualnya (SRESID).

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan dengan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen). Jika variabel-variabel independen saling berkolerasi (diatas 0,9) dan nilai R² yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai toleransi > 0.10 dan niali VIF (variance inflation factor) < 10 maka mengindikasikan tidak adanya multikolinieritas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable 𝑋1 (kualitas pelayanan), 𝑋2 (harga), *X3* (produk), dan *Y* (kepuasan konsumen). Rumus yang digunakan yaitu :

*Y = a + β1 X1 + β2 X2 + β3 X3*

Dimana :

*Y* = variabel terikat ( kepuasan konsumen)

*A* = konstanta

*Β* = koefisien regresi

*X1* = kualitas pelayanan

*X2* = persepsi harga

*X3* = kualitas produk

**Koefisien Determinasi (R²)**

Uji Koefisien Determinasi (R²) ini adalah salah satu bagian dari analisis regresi linier berganda ataupun regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (X1, X2, dan X3) dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilai mendekati 1 artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat dan sebaliknya jika nilai (R²) yang kecil berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah.

**Pengujian Hipotesis**

1. **Analisis Uji F ( Uji Simultan )**

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Kriteria sebagai berikut :

1. Hο = β1,β2,β3 = 0

Berarti variabel-variabel bebas secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

1. Hο = β1,β2,β3 ≠ 0

Berarti variabel-variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

1. Membandingkan F hitung dengan F tabel untuk dapat menentukan apakah hipotesis 0 diterima atau tidak, maka harus dibuat ketentuan sebagai berikut:
2. Apabila F hitung > F tabel, maka Hı diterima dan Hο ditolak
3. Apabila F hitung < F tabel maka Hο diterima dan Hı ditolak
4. Daerah kritis Hοmelalui kurva distribusi F
5. **Analisis Uji t ( Uji Parsial )**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kaedah pengujian :

1. Apabila –t hitung < - t tabel atau t hitung > t tabel, maka Hο ditolak dan Hı diterima, yang artinya secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Apabila –t hitung > - t tabel atau t hitung < t tabel, maka Hο diterima dan Hı ditolak, yang artinya secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

**4. Pembahasan**

**Deskripsi Responden**

Dilihat dari penelitian responden yang memiliki usia <20th sejumlah 11 orang atau dengan presentase 22%. Responden yang memiliki usia 20th-30th sejumlah 14 orang atau dengan presentase 28%. Responden yang memiliki usia 31th-40th sejumlah 12 orang atau dengan presentase 24%. Responden yang memiliki usia 41th-50th sejumlah 12 orang atau dengan presentase 24%. Dan responden yang memiliki usia <50th sejumlah 1 orang atau dengan presentase 2%.

Dilihat dari penelitian responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sejumlah 23 orang atau dengan presentase 46%. Dan responden yang memiliki jenis kelamin perempuan sejumlah 27 orang atau dengan presentase 54%.

Dilihat dari penelitian responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sejumlah 6 orang atau dengan presentase 12%. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sejumlah 22 orang atau dengan presentase 44%. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/mahasiswa sejumlah 6 orang atau dengan presentase 12%. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sejumlah 10 orang atau dengan presentase 20%. Dan responden yang memiliki pekerjaan sebagai TNI/POLRI sejumlah 6 orang atau dengan presentase 12%.

Dilihat dari penelitian responden yang melakukan pembelian satu kali sejumlah 4 orang atau dengan presentase 8%. Responden yang melakukan pembelian dua kali sejumlah 14 orang atau dengan presentase 28%. Dan responden yang melakukan pembelian tiga kali sejumlah 32 orang atau dengan presentase 64%.

**Pengujian Instrumen Penelitian**

**Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Pengujian kepada 50 responden dengan 15 pernyataan membuktikan semua dari item pernyataan yang valid sebanyak 15 yang tidak valid 0, berarti semua dari item pernyataan dinyatakan valid.

**Validitas Variabel Persepsi Harga**

Pengujian kepada 50 responden dengan 12 pernyataan membuktikan semua dari item pernyataan yang valid sebanyak 12 yang tidak valid 0, berarti semua dari item pernyataan dinyatakan valid.

**Validitas Variabel Kualitas Produk**

Pengujian kepada 50 responden dengan 24 pernyataan membuktikan semua dari item pernyataan yang valid sebanyak 24 yang tidak valid 0, berarti semua dari item pernyataan dinyatakan valid.

**Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Pengujian kepada 50 responden dengan 12 pernyataan membuktikan semua dari item pernyataan yang valid sebanyak 12 yang tidak valid 0, berarti semua dari item pernyataan dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Hasil pengujian Variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen pada Indomaret bisa dikatakan reliable karena *Cronbach Alpha*> 0,60.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Pengujian dilakukan dengan hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dari setiap variabel lebih besar dari 0,05. Maka disimpilkan H0 diterima berarti data berdistribusi secara normal.

**Uji Heteroskedastisitas**

****

Dari gambar hasil uji heteroskedastisitas Indomaret diatas menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas karena gambar tidak memiliki pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar diatas maupun dibawah angka 0.

**Uji Multikolonieritas**

Pengujian SPSS menunjukkan bahwa dari hasil setiap variabel bebas yang terdiri, Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat ditarik kesimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

**Uji Regresi Linear Berganda**

Dari data olahan SPSS, memperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Y = 0,491 + 0,510 X1 + 0,251 X2 + 0,358 X3

**Uji Koefisien Determinasi**

Nilai dari Koefisien Determinasi (R²) yg didapatkan sebesar 0,865 yang berarti bahwa sebesar 86,5% Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk. Kuesioner yang diberikan kepada responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar model yang diteliti.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji t ( Uji Parsial )**

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh t hitung 4.211 yang lebih besar dari t tabel 2.01063 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel Persepsi Harga (X2) diperoleh t hitung 2.584 yang lebih besar dari t tabel 2.01063 dengan nilai signifikan sebesar 0.013 < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel persepsi harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel Kualitas Produk (X3) diperoleh t hitung 3.575 yang lebih besar dari t tabel 2.01063 dengan nilai signifikan sebesar 0.001 < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel kualitas produk (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Uji F ( Uji Simultan )**

Hasil uji F diperoleh f hitung > f tabel yaitu 98.158 > 2.807 maka H0 ditolak dan diperoleh nilai signifikasi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka Ha diterima pada signifikan 5%, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2), dan kualitas produk (X3) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y).

**5. Simpulan dan Saran**

**Simpulan**

1. Penelitian yang diperoleh penulis dari hasil uji t ( parsial ) dapat diambil simpulan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom, Kabupaten Gresik.
2. Penelitian yang diperoleh penulis dari uji t ( parsial ) dapat diambil simpulan bahwa variabel persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom, Kabupaten Gresik.
3. Penelitian yang diperoleh penulis dari uji t ( parsial ) dapat diambil simpulan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom, Kabupaten Gresik.
4. Penelitian yang diperoleh penulis dari uji F ( simultan ) dapat diambil simpulan bahwa variabel kualitas pelyanan, persepsi harga, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di Desa Wringinanom, Kabupaten Gresik.

**Saran**

1. Pihak perusahaan memberitahukan pada pegawai agar lebih memperhatikan dan membantu untuk mengambilkan produk bagi konsumen yang kesulitan dalam mencari produk kebutuhan, tidak hanya dengan menunjukkan letak keberadaan produknya saja.
2. Pihak perusahaan juga bisa menegaskan peraturan agar untuk pegawai yang melayani transaksi berprofesi sebagai kasir saja, sehingga tidak semua pegawai berkumpul di kasir. Dengan begitu pegawai lainnya dapat membantu konsumen yang memang perlu bantuan dalam menemukan produk.
3. Pihak perusahaan diharap untuk memperbanyak lagi varian produk dengan berbagai macam merek dalam toko. Dan memberitahukan pada pegawai agar segera mengisi stock barang yang sudah kosong jika memang di gudang barang tersebut masih readystock.
4. Karena di era sekarang semua serba pembelian online dan delivery maka sebaiknya baik Indomaret melayani konsumen secara online dan delivery produk melalui aplikasi tersendiri sehingga akan menarik konsumen dan mempermudah melakukan transaksi. Jika memang sudah ada aplikasi maka harus lebih ditingkatkan lagi.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Buchari Alma, 2011. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.

Danang Sunyoto, 2011.**Metode Penelitian Untuk Ekonomi**. Yogyakarta : CAPS (*Center for Academic Publishing Service*)

Danang Sunyoto, 2014.**Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**.Yogyakarta : CAPS (*Center for Academic Publishing Service*)

Kotler, Phillip and Gary Armstrong, 2012.**Prinsip-prinsip Pemasaran**.Edisi 12.Jilid 1.Terjemahan Bob Sabran.Jakarta : Erlangs.

Kotler, Philip and Kevin Keller. 2012. **Marketing Management, Edition 14ͭʰ**New Jersey. Prentice Hall.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016.**Principles of Marketing, Edition 15ͭʰ**. England. Pearson.

Kotler, Philip and Kevin Keller, 2016.**Marketing Management, Edition 15ͭʰ**. England. Pearson.

Lupiyoadi,Rambat, 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi**. Edisi 3.Jakarta : Salemba Empat.

Lupiyoadi Rambat, Dedy A. Hamdani, 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta : Salemba Empat.

Nasution, M.N, 2015. **Manajemen Mutu Terpadu (total quality management)**. Indonesia. Bogor.

Sofjan Assauri, 2018. **Manajemen Bisnis Pemasaran**. Depok : Rajawali Pers.

Sudaryono, 2016.**Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi**.Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono, 2014.**Metode Penelitian Manajemen**. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2015.**Metode Penelitian dan Pengembangan**.Bandung : Alfabeta.

Tjiptono Fandi, 2012. **Pemasaran Strategik**. Yogyakarta : Andi

Tjiptono Fandi, 2014. **Pemasaran jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian**. Yogyakarta : Andi Offset.

Tony Wijaya, 2011. **Manajemen Kualitas Jasa**. Cetakan ke-1. Kembangan-Jakarta Barat :PT-Indeks.

**Jurnal**

Ana Maria, 2017. “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret (Studi kasus di Indomaret Nginden Semolowaru Surabaya)**”. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Edison Gunadi, Sherly Rosalina Tanoto. 2018. “**Analisis Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center**”.Universitas Kristen Petra Surabaya.

Endah, Budiarti. 2018. “**Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing, dan Dampaknya pada Kinerja Pemasaran Pasar Di Provinsi Jawa Timur**”. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada. 2017. “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oeh-Oleh Kota Bandung**”. Institut Teknologi Nasional.

Ismail Razak, Nazief Nirwanto, Boge Triatmanto. 2016. “**The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with The Mediator of Customer Value**”. Universitas Merdeka Malang.

Jerry Anggriawan, Ida Ayu Sri Brahmayanti. 2016. “**Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Finele (Amala Gold Shop) Pasar Atom Mall Surabaya**”. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Kabu Khadka, Soniya Maharjan. 2017. “**Customer Saticfaction And Customer Loyalty**”. *Centria University of Applied Sciences Pietarsaari.*

Lee dan Lawson-Body. 2011. Dalam Lily Harjati dan Yurike Venesia. 2015. “**Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala**”. Kwik Kian Gie School Of Bussiness.

Leonard Wedy M, Hadi Setiawan, Sirajuddin. 2017. “**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan pada Afamidi Bukit Palem Cabang Kota Batam**”. Universitas Sultan Ageng Titayasa.