

**ANALISIS KOMPARASI KEPUASAN PELANGGAN ALFAMART DAN INDOMARET  
DI KAKASKASEN 2 TOMOHON***COMPARATIVE ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ALFAMART MINIMARKET AND  
INDOMARET IN KAKASKASEN 2 TOMOHON*

Oleh:  
**Bryan Darise<sup>1</sup>**  
**Bode Lumanaw<sup>2</sup>**  
**Yunita Mandagie<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

<sup>1</sup>[bryandarise0406@gmail.com](mailto:bryandarise0406@gmail.com)

<sup>2</sup>[bodelumanaw@yahoo.co.id](mailto:bodelumanaw@yahoo.co.id)

<sup>3</sup>[mandagiey@unsrat.ac.id](mailto:mandagiey@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Salah satu bentuk perusahaan yang banyak berkembang pada saat ini yaitu minimarket, dimana minimarket merupakan pasar swalayan yang hanya memiliki satu atau dua mesin register atau mesin kasir. Selain hal tersebut, minimarket juga hanya menjual produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga yang telah dipilih terlebih dahulu. Untuk memenangkan persaingan yang tinggi, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan yang baik pada pelanggannya. Tentu segala upaya harus dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan sehingga harapan pelanggan terpenuhi dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Strategi jitu sangat diperlukan untuk merebut hati pelanggan dengan memperhatikan kualitas pelayanan, salah satunya kebijakan harga dan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan dapat loyal terhadap bisnis ritel yang akan menimbulkan banyak keuntungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan Kepuasan Pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. adalah 70 orang pada Alfamart di Kakaskasen 2 Tomohon dan 70 orang pada di Kakaskasen 2 Tomohon. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji dengan menggunakan analisis uji beda (*Independent Sample t-Test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Alfamart, Indomaret

**Abstract:** One currently developing company is minimarkets, where minimarkets are supermarkets that only have one or two register machines or cash register machines. In addition, the minimarket only sells products for basic household needs that have been selected in advance. To win high competition, companies must be able to provide good satisfaction to their customers. Of course, the company must make all efforts to satisfy consumer needs. So that customer expectations are met and then want to come back. An accurate strategy is needed to win the hearts of consumers by paying attention to service quality, one of which is price policy and consumer satisfaction. So that consumers can be loyal to the retail business which will generate many benefits. The purpose of this research to know if there are differences between the customer satisfaction of Alfamart and Indomaret in Kakaskasen 2 Tomohon. The sample in this study uses the Slovin formula to determine the number of samples 70 people at Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon and 70 people at Indomaret Kakaskasen 2 Tomohon. This type of research uses comparative research which aims to see the differences in the variables to be tested using different test analyses. The results of the research show that there is no significant difference between customer satisfaction Alfamart and Indomaret in Kakaskasen 2 Tomohon.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Alfamart, Indomaret

---

**PENDAHULUAN****Latar Belakang**

Dalam era globalisasi sekarang ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun di pasar global. Untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, yaitu dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Produk dengan mutu tidak baik, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat para pelanggan tidak puas, walaupun dengan tindakan yang berbeda.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka pelanggan/konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak pula. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar pelanggan/konsumen pun semakin besar. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal tersebut menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba bahkan kerugian.

Sebagai jenis usaha sejenis, secara tidak langsung menghadirkan persaingan usaha dalam hal memperoleh pelanggan. Persaingan antara Indomaret dan Alfamart sangat ketat, kedua usaha ritel ternama ini terus bertarung mengerahkan semua kekuatan, kecerdikan dan strategi. Indomaret dimiliki oleh PT Indomarco Prismatama (IP) sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari.

Persaingan antara kedua minimarket ternama Indomaret dan Alfamart sangat ketat. Indomaret dan Alfamart lokasinya selalu dalam jarak yang tidak berjauhan, segmen hingga tata ruangnya tidak jauh berbeda demikian pula jenis barang yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Persaingan antara keduanya memicu munculnya strategi dan pelayanan untuk memenangkan hati konsumen. Demikian pula yang dilakukan Indomaret yang berusaha keras untuk membuat strategi- strategi yang dapat menarik minat konsumennya. Namun demikian, masih terdapat keluhan-keluhan yang diterima oleh Indomaret. Segala upaya dilakukan oleh Indomaret untuk dapat bersaing dengan Alfamart meliputi lokasi yang strategis, diberbagai daerah dan mudah dijangkau serta selalu berdekatan antara Indomaret dan Alfamart, tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan memberikan potongan harga, menetapkan harga yang tinggi, memberikan kupon untuk produk-produk tertentu, pembukaan sebagian gerai Indomaret dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai, terdapat fasilitas kartu anggota, dan lain-lain.

Indomaret berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Pelayanan tersebut dimaksudkan untuk memenangkan hati konsumennya. Pelayanan yang diberikan oleh Indomaret misalnya adalah program promo kartu member Indomaret Minimarket Waralaba, Superhemat promosi ini memberikan potongan harga pada item-item tertentu. Susu murah, susu menjadi sebagian kebutuhan pokok di Indonesia dan atas hal tersebut Indomaret memiliki program promosi susu murah sehingga harga susu pun didapatkan dengan potongan harga yang cukup menarik, PAAI (Pesan Antar Ambil Indomaret), Promosi layanan belanja praktis ini memberikan kemudahan untuk berbelanja berbagai macam produk seperti produk elektronik dengan harga yang cukup menarik. Bagi anggota konsumen yang telah memiliki kartu member Indomaret Minimarket Waralaba bisa memanfaatkan keuntungan-keuntungan berbelanja di Indomaret antara lain; sebagai alat untuk berbelanja di gerai indomaret dan sebagai alat pembayaran tagihan telepon rumah, listrik, SPBU, TV kabel, kredit kendaraan di Indomaret, masih banyak keunggulan dan manfaat apabila memiliki kartu Indomaret.

Andika dan Hati (2018). Kepuasan pelanggan merupakan keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan jika pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang berupa puas atau tidak puas terhadap suatu produk atau jasa yang diterima. Pelayanan yang baik akan mampu memuaskan pelanggan. Pelanggan yang puas akan merekomendasikan kepada orang lain tentang pengalaman baik mereka. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka

dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

Kehadiran minimarket di kota Tomohon sudah menjamur di berbagai lokasi. Diantarnya di kelurahan Kakaskasen 2 Tomohon dimana terdapat beberapa merek minimarket diantaranya adalah Alfamart dan Indomaret. Indomaret dan Alfamart di Kakaskasen 2 Tomohon terus mengupayakan peningkatan minat beli masyarakat. Berbagai upaya terus dilakukan termasuk pada aspek pelayanan dan distribusi barang dagangan, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan, diketahui bahwa saat ini masih terdapat keluhan-keluhan pelanggan terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Alfamart dan Indomaret, yaitu produk-produk yang dijual sudah mendekati kadaluarsa sehingga respon dari karyawan Alfamart dan Indomaret kurang memuaskan bagi pelanggan untuk membeli.

Indikasi permasalahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang mampu memberikan pengaruh dalam membangun kepuasan pelanggan kepada pelanggan. Semakin banyaknya pesaing maka *retailer* harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Namun, yang banyak terjadi di toko retail, khususnya Indomart dan Alfamart mereka kurang begitu memperhatikan pelayanan yang diberikan, sehingga sering kali pelanggan merasa tidak puas diantaranya minimarket Indomaret dan alfamart yang kurang memperhatikan tampilan toko. Sering kali di toko ini terdapat produk yang tidak tersusun rapi dalam rak yang tersedia, dan jarak antara produk yang satu dengan yang lain terlalu jauh. Tak jarang pula, rak terlihat kosong atau tidak tersedianya barang pengganti untuk mengisi rak yang kosong menyebabkan pelanggan kurang puas atas pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan kurang merekomendasikan kepada orang lain atau pihak lain (konsumen).

Sesuai uraian diatas, maka penulis tertarik akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Komparasi Kepuasan Pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon**”

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan Kepuasan Pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Suparyanto dan Rosad (2015) mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

### **Pemasaran Ritel (*Retail Marketing*)**

Menurut Sunyoto (2016), *retailing* adalah semua aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan.” Sedangkan *retailer* adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari *retailing*”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

### **Kepuasan**

Kepuasan menurut Kotler (2015) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan konsumen dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka konsumen akan merasa gembira dan sangat puas.

### **Indikator Kepuasan**

Indikator yang digunakan untuk variabel kepuasan Tjiptono (2016) adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
2. Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain

3. Puas atas kualitas pelayanan yang sudah dirasakan
4. Merekomendasikan kepada pihak lain
5. Loyal

### Manfaat Kepuasan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2014) secara garis besar, kepuasan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas konsumen dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah *gethok tular positif*. Lebih rinci, manfaat-manfaat spesifik kepuasan konsumen bagi perusahaan mencakup : dampak positif pada loyalitas konsumen; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, *up-selling*); menekan biaya transaksi konsumen di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan, dan layanan konsumen); menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatnya toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium dan konsumen tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok); rekomendasi *gethok tular positif*; konsumen cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extension*, *brand extension*, dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan; serta meningkatnya bargaining power relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi. Singkat kata, tidak perlu diragukan lagi bahwa kepuasan konsumen sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi, baik bisnis maupun nirlaba.

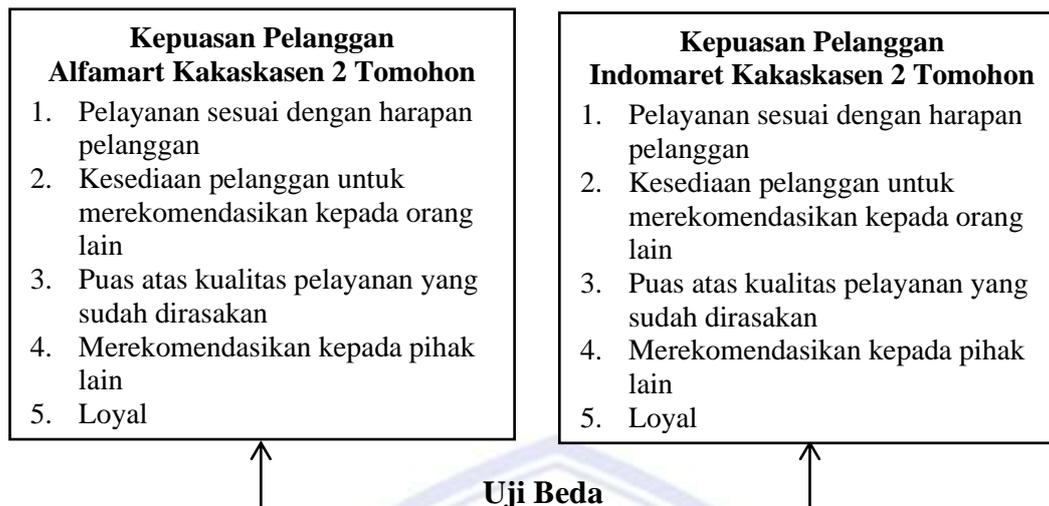
### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Andika dan Hati (2018) dengan judul perbedaan analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara minimarket indomaret dengan alfamart di kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauhmana perbedaan tingkat kepuasan pelanggan dalam berbelanja di minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart Kecamatan Bengkong Kota Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ditemukan perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan minimarket Indomaret dan minimarket Alfamart.

Penelitian yang dilakukan oleh Sutawa (2017) dengan judul analisis perbedaan kepuasan pelanggan pada minimarket indomaret dan alfamart di kabupaten Ngawi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan ditinjau dari dimensi kualitas pelayanan pada mini market Indomaret dan Alfamart di desa tersebut Kecamatan Karangasri Ngawi Ngawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada perbedaan antara dimensi mini memasarkan Keandalan Alfamart dengan mini market Indomaret; (2) Ada perbedaan antara dimensi daya tanggap minimarket Alfamart dengan mini market Indomaret; (3) Ada perbedaan dimensi jaminan mini market Indomaret alfamart dengan mini market, (4) Ada perbedaan antara dimensi empati antara mini market Alfamart dengan mini market Indomaret dan (5) Ada perbedaan antara dimensi Bukti Fisik mini market Alfamart dengan mini market Indomaret.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuraina dan Evianah (2019) dengan judul analisis perbedaan kepuasan konsumen terhadap pembelian produk baju secara *online* dan *offline*. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perbedaan kepuasan konsumen dengan pembelian sandang produk *online* dan *offline* (kajian konsumen *online* dan *offline* di Surabaya). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam kepuasan pelanggan saat pelanggan melakukan pembelian *online* dan *offline*.

Penelitian yang dilakukan oleh Onibala (2020) dengan judul analisis perbandingan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa ojek online go-jek dan grab-bike (study pada mahasiswa jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Unsrat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik antara transportasi online Go-Jek dan Grab-Bike. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Go-Jek dan Grab-Bike, Keandalan Go-Jek dan Grab-Bike, Daya Tanggap Go-Jek dan Grab-Bike, Jaminan Go-Jek dan Grab-Bike, Empati Go-Jek dan Grab-Bike, Bukti Fisik Go-Jek dan Grab-Bike yang artinya tidak terdapat perbedaan antara kedua transportasi online tersebut.

**Kerangka Konseptual****Gambar 1. Kerangka Konseptual***Sumber: Kajian Teori, 2022***Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Terdapat perbedaan antara Kepuasan Pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon”.

**METODE PENELITIAN****Jenis Penelitian**

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif komparatif. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu (Sugiyono, 2019).

**Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi atau tempat penelitian adalah posisi dimana letak suatu penelitian dilaksanakan, untuk mempermudah peneliti dalam mengambil data sebagai referensi. Objek penelitian dilakukan di Kakaskasen 2 Tomohon. Lama waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu 1 bulan.

**Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling**

Menurut Arikunto (2017) populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah *member* yang terlama di Alfamart yang berjumlah 230 orang dan *member* yang terlama di Indomaret yang berjumlah 275 orang yang berada di Kakaskasen 2 Tomohon. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. adalah 70 orang di Indomaret Teling Atas Kota Manado dan 77 orang di Alfamart Teling Atas Kota Manado g.

**Sumber Data**

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi penelitian Sunyoto (2016). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan pada responden. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur pegawai ASN dan THL pada UPTD wilayah 1 Dinas PUPRD Provinsi Sulut. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara *online* kepada para konsumen dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yaitu suatu cara untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun oleh peneliti sesuai dengan tujuan. Sugiyono (2019) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti

tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pernyataan-pernyataan tertutup, dapat diberikan kepada responden secara *online* dan mekanisme penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Dalam melaksanakan metode ini, maka peneliti mengambil data melalui penyebaran kuesioner kepada para pegawai ASN dan THL pada UPTD wilayah 1 Dinas PUPRD Provinsi Sulut.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi *bivariate* dengan melihat *output pearson correlation*. Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir angket atau kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach's Alfa*  $\geq 0,6$  dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alfa*  $< 0,6$  Ghazali (2018). Rumusan yang digunakan juga menggunakan rumus *r product-moment* apabila *r* hitung  $> r$  tabel, maka keseluruhan butir-butir kuesioner yang ada dinyatakan reliabel.

### Uji Beda

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji t. Uji t yang digunakan yaitu *independent sample t-test*. Uji *independent sample t-test* adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (*independent*). Pada prinsipnya uji *independent sample t-test* berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara dua populasi dengan membandingkan dua sampelnya. Sebelum dilakukan analisis *independent sample t-test*, terlebih dahulu data harus memenuhi syarat awal, syarat tersebut antara lain:

1. Data berbentuk interval atau rasio
2. Data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
3. Variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen)
4. Data berasal dari dua sampel yang berbeda

Penelitian eksperimen biasanya menggunakan dua sampel atau lebih sebagai objek penelitiannya. Sampel-sampel tersebut dibandingkan untuk melihat ada-tidaknya perbedaan setelah sampel-sampel tersebut diberi perlakuan berbeda. Untuk melihat ada-tidaknya perbedaan, dilakukan uji perbedaan dua rata-rata. *independent-samples t-test* menggunakan variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen). Data yang digunakan berasal dari dua sampel yang berbeda. Dasar Pengambilan keputusan didasarkan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika Sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_A$  ditolak.
- b. Jika Sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_A$  diterima.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Gambaran Umum Objek Penelitian

Awal mula berkembangnya jaringan minimarket Alfamart dimulai dengan pendirian perusahaan bernama PT Alfa Mitramart Utama pada tanggal 27 Juli 1999. Pemegang saham perusahaan ini adalah PT Alfa Retailindo Tbk. (51%) dan PT Lancar Distrindo (49%). Pendirian perusahaan ini berlanjut dengan peresmian minimarket Alfa Minimart pertama yang terletak di Jalan Beringin Raya, Karawaci, Tangerang, pada 18 Oktober 1999. Jaringan Indomaret dikelola oleh PT Indomarc Prima Utama. Gerai pertamanya dibuka pada November 1988 di Kalimantan. Pada awal berdirinya, konsep indomaret yaitu menyelenggarakan gerai yang berlokasi di kawasan hunian masyarakat dengan menyediakan produk-produk kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, serta melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk, dan memiliki luas toko  $\pm 200 \text{ m}^2$ .

**Deskripsi Responden****Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Alfamart		Indomaret	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	
Laki-Laki	28	40%	19	27%
Perempuan	42	60%	51	73%
Laki-Laki	28	40%	19	27%

Sumber: Data Olahan, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon adalah sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 40%, sedangkan perempuan di Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar 60%. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di Indomaret Kakaskasen 2 Tomohon adalah sebanyak 51 orang dengan persentase sebesar 73%, sedangkan perempuan di Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon dengan persentase sebesar 66%. Dengan adanya data ini, menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

**Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Alfamart		Indomaret	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	
≤ 25 tahun	11	15%	14	20%
26 – 30 tahun	34	48,6%	25	35,7%
31 – 35 tahun	6	8,6%	10	14,3%
≥ 36 tahun	19	27,1%	21	30%
Jumlah	100	100%	100	100%

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak di Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 48,6% dengan frekuensi 34 orang. Sedangkan jumlah responden terbanyak di Indomaret Kakaskasen 2 Tomohon adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 25% dengan frekuensi 25 orang. Dengan adanya data tersebut, jumlah responden Alfamart lebih banyak dari pada jumlah responden Indomaret.

**Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Alfamart		Indomaret	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	
SMA	24	34%	19	27%
Diploma	2	3%	11	16%
S1	41	59%	33	47%
S2	3	4%	7	10%
Jumlah	70	100%	70	100%

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Alfamart Kakaskasen 2 Tomohon adalah sebesar 59% dengan frekuensi 41 orang. Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Indomaret Kakaskasen 2 Tomohon adalah sebesar 33% dengan frekuensi 47 orang. Dengan adanya data tersebut, responden yang berpendidikan S1 di Alfamart lebih banyak dari pada responden yang berpendidikan S1 di Indomaret dan responden yang berpendidikan S1 lebih banyak daripada responden yang berpendidikan SMA, Diploma, dan S2.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Kepuasan Pelanggan di Alfamart	X.1	0,000	Valid	0,863	Reliabel
	X.2	0,000	Valid		Reliabel
	X.3	0,000	Valid		Reliabel
	X.4	0,000	Valid		Reliabel
	X.5	0,000	Valid		Reliabel

Kepuasan	X.1	0,000	Valid		Reliabel
Pelanggan di	X.2	0,000	Valid		Reliabel
Indomaret	X.3	0,000	Valid	0,921	Reliabel
	X.4	0,000	Valid		Reliabel
	X.5	0,000	Valid		Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

**Tabel 7. Hasil Uji Beda (*Independent Samples Test*)**

Perbandingan	<i>t-test for Equality of Means</i>			
	<i>Mean Difference</i>	<i>Std. Error Difference</i>	df	Sig. (2-tailed)
Kepuasan Pelanggan di Alfamart dan Kepuasan Pelanggan di Indomaret	.957	0.641	138	.137

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar  $0,137 > 0,05$ , maka sesuai dengan hasil Uji *independent sample t-test*, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$  yang berarti tidak perbedaan antara kepuasan pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan yang signifikan perbedaan antara kepuasan pelanggan pada Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon tidak dapat diterima atau tidak terbukti.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis melalui uji *independent samples t-test* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan perbedaan antara kepuasan pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih baik di Alfamart dan di Indomaret. Kepuasan pelanggan di Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon diukur dengan indikator-indikator yaitu pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain, puas atas kualitas pelayanan yang sudah dirasakan, merekomendasikan kepada pihak lain, dan loyal. Dari kelima indikator tersebut bahwa kepuasan pelanggan di Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon tidak terdapat perbedaan. Dilihat dari segi pelayanan yang diberikan oleh para karyawan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon sesuai dengan harapan pelanggan. Dilihat dari segi kesediaan bahwa pelanggan merekomendasikan produk kepada teman atau kerabat, baik di Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon. Dilihat dari segi kepuasan atas layanan, bahwa para pelanggan puas atas pelayanan karyawan di Alfamart dan Indomaret saat melakukan pembelian. Dilihat dari segi rekomendasi kepada pihak lain, para nasabah merekomendasikan kepada pihak lain tentang pembelian produk di Alfamart dan Indomaret. Dilihat dari segi loyal, para pelanggan loyal terhadap pembelian produk di Alfamart dan Indomaret.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang atau pelanggan berdasarkan dengan perbandingan antara harapan yang dimiliki dengan kenyataan yang didapat oleh pelanggan. Jika barang atau jasa yang diperoleh pelanggan sesuai atau lebih dari yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas atau sangat puas. Sebaliknya, jika yang didapat oleh pelanggan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan tersebut akan merasa sangat kecewa. Terkait dengan pelayanan, ada juga beberapa faktor yang menjadikan pelayanan tersebut sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan yaitu ketika terciptanya keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati serta berwujud. Semua ini harus bisa dipenuhi oleh minimarket agar pelanggan merasa puas. Namun, terdapat beberapa hal lain yang membuat mereka merasa puas, diantaranya ditunjukkan dengan jawaban pelanggan melalui penyebaran kuesioner yaitu bahwa pelanggan merasa puas ketika berbelanja, karyawannya menyapa ketika baru masuk ke dalam minimarket tersebut. Hal inilah yang kemudian mereka merasa nyaman ketika diperlakukan dengan baik oleh karyawan di Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon. Selanjutnya berkaitan dengan kepuasan, pelanggan akan kembali untuk

berbelanja pada kedua minimarket tersebut dan akan merekomendasikan bahwa mereka telah berbelanja bahwa mereka merasa sangat puas dengan pelayanan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Nasir (2018), menemukan bahwa ada tidak adanya perbedaan kepuasan konsumen antara konsumen baik di Indomaret maupun Alfamart dan sesuai dengan hasil indeks kepuasan yaitu sama-sama memiliki nilai rata-rata 0,77 bahwa pelanggan mendapatkan kepuasan yang lebih baik di Indomaret dan Alfamart. Hasil penelitian dari Pratama dan Purnama (2020), menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Ilo peta dan *Foodbox* kota Bima. Hasil penelitian dari Lone, Aldawood, dan Bhat (2017), menemukan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan nasabah pada islamik dan perbankan konvensional dan nasabah sama-sama puas dengan kedua jenis bank tersebut. Penelitian lain, yang dilakukan oleh Arora (2019) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan antara kepuasan pelanggan dari Amazon dan Flipkart dan menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan lebih puas dengan Amazon dibandingkan Flipkart.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan perbedaan antara kepuasan pelanggan Alfamart dan Indomaret di Kakaskasen 2 Tomohon, dimana pelanggan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih baik di Alfamart dan di Indomaret.

### Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Pihak Alfamart dan Indomaret hendaknya perlu memperhatikan dan meningkatkan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan serta perlu juga memperhatikan memperhatikan tampilan toko.
2. Hendaknya manajemen Alfamart dan Indomaret meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika dan Hati. (2018). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.6, No.2, Hal. 119-134. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAEMB/article/download/651/640/pdf>. Diakses 28-12-2022.
- Arikunto. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineke Cipta, Jakarta.
- Arora, N. (2019). *A Comparative Analysis of Customer Satisfaction Between Amazon and Flipkart: A Study Conducted in Ncr Region of India*. International Journal of Recent Engineering Research and Development, Vol.4, No.7, Hal. 6-12. <http://www.ijrerd.com/papers/v4-i7/2-IJRERD-D121.pdf>. Diakses 28-12-2022.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2015), *Marketing an Introducing* Prentice Hall Twelfth Edition. England: Pearson Education, Inc.
- Lone, Aldawood, dan Bhat. (2017). *Comparative Analysis Of Customer Satisfaction Towards Islamic and Conventional Banking: an Empirical Study From Saudi Arabia*. International Review of Management and Marketing, Vol.7, No.1, Hal. 273-280. <https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/3775/pdf>. Diakses 28-12-2022.

- Nasir, dkk. 2018. Perbandingan Kepuasan Konsumen Indomaret dan Alfamart di Wilayah Gempol Pasuruan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Volume 3, Nomor 3, Hal. 89-103. <https://jurnal.stiegwalisono.ac.id/index.php/JAMSWAP/article/view/104>. Diakses 28-12-2022.
- Nuraina dan Evianah. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara *Online dan Offline*. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, Volume 15, Nomor 2, Hal. 231-239. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/629/pdf>. Diakses 28-12-2022.
- Onibala. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan jasa Ojek Online Go-jek dan Grab-Bike (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA*, Vol.8, No.3, Hal. 41-50. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30438/29325>. Diakses 28-12-2022.
- Pratama dan Purnama. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Ilo Peta Dengan *Foodbox*. *Jurnal Akuntabel*, Vol.17, No.2, Hal. 247-252. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/7502/1078>. Diakses 28-12-2022.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama, Bandung.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media, Bogor.
- Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sutawa. (2017). Analisis Perbedaan Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol.6, No.1, Hal. 230-4747. <http://unmermadiun.ac.id/ejurnal/index.php/ekomaks/article/view/254/453>. Diakses 28-12-2022.
- Tjiptono. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 5. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra. (2016). *Pemasaran Strategik*. Andi, Yogyakarta.