

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Alfamart Semeru Kediri. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan 100 angket yang disebar kepada konsumen Alfamart Semeru Kediri, kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebar. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut :

A. Pengaruh Variabel Produk (*Product*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel produk terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri di pengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Semakin baik persepsi pada benak konsumen terhadap produk yang dihasilkan maka semakin banyak pula konsumen yang memutuskan untuk membeli produk di Alfamart Semeru Kediri.

Produk merupakan barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi

yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹¹⁸ Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok. Oleh karena itu, produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Semakin baik kualitas produk yang dijual maka akan semakin menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk juga merupakan faktor yang sangat berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Karena dengan melihat produk maka konsumen akan mengetahui apakah barang yang akan dibeli tersebut sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak. Jika sesuai dan produk tersebut berkualitas baik maka konsumen akan memutuskan untuk membeli. Hal ini menandakan bahwa produk sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Alfamart Semeru Kediri menjual produk dengan kualitas yang baik sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk di Alfamart tersebut. Selain mempunyai kualitas yang bagus, Alfamart Semeru Kediri juga menjual bermacam-macam merek yang telah dikenal oleh pasar, sehingga calon pembeli tidak akan kesulitan untuk mencari merek produk yang mereka inginkan. Hal ini telah tergambar dari pernyataan-pernyataan responden yang memberikan respon positif terhadap produk yang sudah memiliki citra baik di masyarakat serta, menampilkan label dan kemasannya menarik.

¹¹⁸ I Gusti Ketut Purnaya, *Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset: 2016), hlm. 140

Menurut Philip Kotler, produk adalah apapun yang dapat ditawarkan untuk pasar yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan tertentu.¹¹⁹ Produk tidak hanya meliputi atribut fisik saja, tetapi juga mencakup sifat-sifat nonfisik, misalnya harga, nama penjual, semua unsur tersebut dipandang sebagai alat pemuas kebutuhan, bahwa kualitas produk sangat penting bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.¹²⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berlian Aminanti Suraya Putri yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)*”.¹²¹ Metode yang dilakukan oleh Berlian Aminanti Suraya Putri adalah dengan menggunakan alat bantu kuesioner kepada responden secara *random*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian Berlian Aminanti Suraya Putri mengatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang kedua oleh Ida Farida , Achmad Tarmizi , & Yogi November dengan judul “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*” . Hasil analisis dan pengujian penelitian ini yaitu hanya produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai sig produk adalah sebesar 0,045. Karena probabilitas lebih besar dari pada

¹¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, (Jakarta: PT. Indeks: 2005), hlm. 84

¹²⁰ Joseph P. Cannon, *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global* edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat: 2008), hlm. 216

¹²¹ Berlian Aminanti Suraya Putri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)*, <http://library.walisongo.ac.id> diakses pada tanggal 15 November 2017

taraf uji yang digunakan dalam penelitian atau $\text{sig} > \alpha$ atau $0,045 < 0,05$ maka H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini sudah terbukti dengan jelas bahwa produk Alfamart Semeru Kediri, telah terbukti baik dan mampu mempengaruhi keputusan konsumen untuk enggan memilih produk di toko lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu, yakni pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam memilih produk di Alfamart Semeru Kediri.

B. Pengaruh Variabel Harga (*Price*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri di pengaruhi oleh kualitas harga itu sendiri. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan maka semakin banyak pula konsumen yang memutuskan untuk membeli produk di Alfamart Semeru Kediri. Dalam hal ini konsumen menganggap bahwa harga merupakan bagian dari kualitas produk, sehingga harga menjadi faktor yang sangat berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Apabila harga tinggi maka produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, dan sebaliknya apabila harga rendah maka produk

tersebut memiliki kualitas yang kurang baik. Maka dari itu, harga merupakan faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Dalam hal ini Alfamart Semeru Kediri menetapkan harga produk sesuai dengan kualitas produk. Harga produk yang dijual di Alfamart Semeru Kediri juga memiliki kualitas produk yang lebih baik, sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk di Alfamart tersebut. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kualitas barang yang dijual. Alfamart Semeru Kediri perlu melakukan peningkatan strategi tentang harga, Alfamart Semeru Kediri perlu memperhatikan daya beli konsumen dalam menyediakan produk dengan harga yang sesuai dengan jangkauan konsumen. Baik untuk kalangan menengah keatas atau menengah kebawah. Perusahaan perlu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, agar kemudian harga yang ditawarkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.¹²² Menurut John, konsumen cenderung lebih sensitif terhadap harga jika mereka membeli produk. Menetapkan harga yang tepat merupakan kunci kesuksesan dan kegagalan.¹²³

¹²² Marius P. Angipora, *Dasar Dasar Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada: 2002), hlm. 268

¹²³ John A. Pearce, *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi 10 Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat: 2008), hlm. 131

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Athoillah dengan judul “*Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang*”.¹²⁴ Metode yang dilakukan oleh Ibnu Athoillah adalah dengan menggunakan alat bantu kuesioner kepada responden. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar 5,107 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti harga mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang. Harga merupakan faktor yang terlalu diperhitungkan dalam menjaga kepuasan konsumen berbelanja di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang.

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

¹²⁴ Ibnu A’thoillah, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Tirto Agung Tembalang Semarang*, <https://ejournal.walisongo.ac.id> diakses pada 11 November 2017

C. Pengaruh Variabel Promosi (*Promotion*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel promosi terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen atas hasil promosi yang dilakukan oleh Alfamart akan diikuti semakin tinggi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian produk-produk di Alfamart. Promosi juga merupakan faktor yang penting untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena dengan promosi konsumen akan mengetahui dengan jelas bagaimana spesifikasi, keunggulan serta kelemahan dari produk yang dijual. Semakin menarik dan sering dilakukannya promosi sebuah produk maka semakin meningkatkan minat konsumen untuk membeli dan kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Untuk mencapai penjualan produk yang meningkat, perlu upaya memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Dan dalam hal ini bauran promosi merupakan salah satu alat komunikasi pemasaran. Yakni salah satu alat strategi memasarkan suatu produk dengan cara memberikan informasi yang jelas, benar dan tepat, agar konsumen dapat mengenalnya dan akhirnya diharapkan dapat menjadi konsumen dari produk yang dijual. Bauran promosi harus efisien dan efektif sehingga merupakan strategi dan senjata agar produk yang ditawarkan dapat laku

terjual. Bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi, maka untuk dapat efektifnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, perlu ditentukan terlebih dahulu peralatan atau unsur promosi apa yang sebaiknya digunakan dan bagaimana pengkombinasian unsur-unsur tersebut, agar hasilnya dapat optimal.¹²⁵ Strategi promosi dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di Alfamart Semeru Kediri, salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memberikan potongan harga, adanya potongan harga yang disukai oleh konsumen sehingga mereka akan memutuskan untuk membeli terus menerus produk atau barang-barang yang ditawarkan minimarket tersebut sehingga tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alafamart semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Jaiz bahwa bauran promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.¹²⁶ Menurut Swastha dan Irawan, promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.¹²⁷ Bauran promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dasar kegiatan bauran promosi

¹²⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 269

¹²⁶ Muhammad Jaiz, *Dasar-dasar Periklanan...*, hal. 43

¹²⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hal. 181

adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Afrida Shela Mevita dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen*”. Hasil dari penelitian ini yaitu Koefisien regresi promosi menunjukkan arah hubungan positif (searah) dan signifikan antara promosi dengan kepuasan konsumen yang melakukan pembelian produk pada PT. *Preshion Engineering Plastec* Surabaya. Hasil ini menunjukkan semakin baik tanggapan responden atas promosi yang dilakukan oleh PT. *Preshion Engineering Plastec* Surabaya tersebut akan diikuti semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen orang mengenal akan apa yang dihasilkan oleh PT. *Preshion Engineering Plastec* Surabaya tersebut. Dengan kata lain jika jaminan naik 1 satuan maka kepuasan konsumen yang melakukan pembelian produk pada PT. *Preshion Engineering Plastec* Surabaya akan naik dengan asumsi variabel yang lainnya konstan. Variabel yang mempunyai pengaruh dominan adalah promosi dengan koefisien determinasi parsialnya yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam memilih produk di Alfamart Semeru Kediri.

D. Pengaruh Variabel Lokasi (*Place*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *place* terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri di pengaruhi oleh kualitas *place* itu sendiri. Artinya, apabila lokasi (*place*) meningkat maka kepuasan konsumen juga meningkat. Lokasi (*Place*) juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin strategis lokasi usaha maka akan semakin baik pula perkembangan usaha tersebut dan meningkatkan keinginan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian sehingga menambah tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfamart. Jadi, lokasi (*place*) merupakan faktor yang penting untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam hal ini *place* atau lokasi pada Alfamart Semeru Kediri sangat strategis dan berada di jalan raya yang ramai. Lokasi Alfamart mudah dijangkau dan mudah ditemukan oleh konsumen. Selain itu dilihat dari aspek saluran distribusinya, Alfamart Semeru Kediri juga terletak di jalur yang sangat efektif dan lancar sehingga memudahkan pihak Alfamart maupun konsumen atau pembeli untuk menyalurkan produk yang telah ditransaksikan. Tidak kalah penting juga untuk kondisi lingkungan. Lingkungan sekitar Alfamart Semeru Kediri bersih dan nyaman, sehingga

dapat menarik konsumen untuk datang dan membeli produk di Alfamart Semeru Kediri. Alfamart Semeru Kediri juga menyediakan tempat parkir bagi konsumen Alfamart. Namun, Alfamart Semeru Kediri belum memberikan lahan parkir yang memadai bagi konsumen, dikarenakan lahan parkir di Alfamart ini tidak begitu luas karena berdekatan dengan jalan raya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana, bahwa tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien.¹²⁸ Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut: Lokasi penjualan merupakan bagian penting dalam saluran distribusi. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses dengan cepat dan sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Sejalan dengan semakin banyaknya persaingan dengan pasar tradisional, toko pengecer yang menawarkan produk yang sama, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak pada pangsa pasar sebuah minimarket. Lokasi merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi perkembangan suatu bisnis, termasuk Alfamart. Lokasi yang strategis akan mendatangkan banyak konsumen sehingga mampu menaikkan grafik baik penjualan maupun omzet dari bisnis itu sendiri.

¹²⁸ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Pedoman Menuju sukses*,,,,,,, hal. 209

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firdayanti Abbas dengan judul “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)*”. Hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi (B) sebesar 0,210 dan sig thitung $0,024 < 0,05$. Artinya, *place* atau lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda. mengenai tempat penjualan atau variabel *place* merupakan salah satu yang mempengaruhi kegiatan pemasaran yang memperlancar dan mempermudah pencapaian barang dari produsen kepada konsumen, intinya adalah bagaimana suatu usaha memasarkan produknya dari produsen ke konsumen. Hal ini berkaitan dengan daya jangkau konsumen terhadap produk yang ditawarkan atas mudah atau sulit didapat oleh konsumen. Lokasi atau tempat penjualan produk MoshiMoshi Cake bisa dikatakan mudah dijangkau oleh konsumen, karena berada di tempat umum dan selalu dikunjungi yang bertempat di beberapa kedai dan beberapa pasar tradisional yang ada di Samarinda. Dengan demikian konsumen yang berkunjung dan tidak ada niat utama untuk membeli produk tersebut, bisa saja dengan melihat barangnya akan tertarik untuk membeli.

E. Pengaruh Variabel Orang (*People*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada

variabel *people* terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri. Pengaruh yang positif dan signifikan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri di pengaruhi oleh kualitas *people* itu sendiri. Artinya, apabila *people* ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat. *People* juga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Untuk mencapai keberhasilan suatu usaha maka dibutuhkan karyawan yang handal dan terampil dalam bidangnya masing-masing. Semakin baik *people* atau karyawan dalam menyampaikan jasa yang ditawarkan maka akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Jadi *people* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

Orang atau pelayanan atau *customer service* bertujuan memfasilitasi para pembeli saat mereka berbelanja di Alfamart Semeru Kediri sehingga konsumen merasa nyaman dan ingin berbelanja di Alfamart Semeru Kediri kembali. Menurut tanggapan konsumen, strategi bauran pemasaran aspek *people* yang diterapkan oleh Alfamart Semeru Kediri sudah berjalan sangat baik. Dapat dilihat dari tanggapan konsumen mengenai pelayanan karyawan yang ramah dan handal dalam melayani konsumen. Pelayanan konsumen yang diberikan secara baik merupakan cerminan awal bagaimana kualitas Alfamart Semeru Kediri dalam melayani konsumen untuk mendapatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini Menurut Lupiyoadi untuk mencapai kualitas terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan

mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.¹²⁹ *People* merupakan asset utama dalam industri jasa, terlebih lagi dengan *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* yang tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan yang baik akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik diluar. Dalam penyampaian tersebut, penampilan seorang karyawan juga harus diperhatikan karena selalu berhadapan langsung dengan calon pembeli. Sikap sopan dan santun juga diterapkan oleh karyawan Alfamart Semeru Kediri agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga tertarik untuk melakukan pembelian di Alfamart tersebut.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Brigitia Ingrid Noviana yang berjudul “*Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya*”. Hasil dari analisis dan pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *people* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hotel Amaris Surabaya. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini yaitu *people* karena variabel tersebut memiliki beta yang paling terbesar, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sumberdaya manusia atau dalam hal ini karyawan hotel Amaris Surabaya dengan tingkat pelayanan, pengetahuan serta sikap ramah tamahnya kepada konsumen

¹²⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. ,,,, hal. 101

adalah faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.¹³⁰

F. Pengaruh Variabel Proses (*Process*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Hasil pengujian data di atas berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *process* terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri. Artinya, apabila *process* ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) aspek *process* yang sudah diterapkan Alfamart Semeru Kediri dengan baik dan berdasarkan tanggapan konsumen aspek *process* sudah diterapkan Alfamart Semeru Kediri dengan baik, terlihat bahwa adanya keselarasan antara Alfamart Semeru Kediri dan konsumen Alfamart Semeru Kediri. Menurut tanggapan konsumen, Alfamart Semeru Kediri melayani konsumen dengan cepat dan tangkas, menangani klaim dari konsumen dengan cepat, sistem pembayaran di kasir juga cepat. Alfamart Semeru Kediri menawarkan proses yang cepat apabila ada klaim, contohnya jika ada produk yang rusak atau sudah kadaluarsa.

Proses adalah semua *procedure actual*, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem

¹³⁰ Brigita Ingrid Noviana, *Pengaruh service marketing mix terhadap kepuasan konsumen hotel amaris surabaya*, <http://jrmb.ejournal-feuniat.net> diakses pada tanggal 25 Mei 2018

penyajian atas operasi jasa.¹³¹ Proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada pelanggan. Proses terjadi berkat dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Menurut Philip Kotler Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya.¹³² Mulai dari konsumen tersebut memesan (order) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Semakin cepat dan baik proses yang diberikan misalnya dalam proses pembayaran di kasir, dan saat terjadi klaim seperti jika ada barang yang rusak, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk ditempat tersebut.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Mufti Aziz dalam judul “Pengaruh Pemasaran 7P Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pondok Bangladesh Rajanya Mie Aceh”. Hasil dari analisis dan pengujian penelitian ini bahwa variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen Pondok Bangladesh Rajanya Mie Aceh. Pondok Bangladesh Rajanya Mie Aceh cenderung baik dalam

¹³¹ Irfan Afria Shandy, 2015, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Lulumart Di Kota Samarinda”, diakses tanggal 28 Januari 2018

¹³² Philip Kotler. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1.* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 178

melayani konsumen seperti halnya dalam penyajian yang cepat, sigap menghadapi keluhan dari konsumen dan kinerja restoran.¹³³

G. Pengaruh Variabel Bukti Fisik (*Physical Evidence*) terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam diketahui bahwa, bukti fisik (*physical evidence*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi baik bukti fisik Alfamart maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri.

Menurut Lupiyoadi bukti fisik adalah lingkungan fisik tempat jasa yang diciptakan untuk langsung berinteraksi dengan konsumen. Bukti fisik di Alfamart Semeru Kediri meliputi gedung, dan sarana prasarana yang diberikan kepada konsumen agar nyaman saat berbelanja.¹³⁴ Bukti fisik merupakan lingkungan yang meliputi atribut toko, desain toko, dan penataan produk, dimana hal tersebut turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Semakin menarik bukti fisik maka akan semakin meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Bukti fisik juga dapat berupa lingkungan yang diciptakan untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli meliputi ruangan, dekorasi, desain ruangan, dan perabotan yang akan memberikan stimuli kepada konsumen untuk meningkatkan keinginan membeli.

¹³³ Muhammad Mufti Aziz, *Pengaruh Pemasaran 7P Terhadap loyalitas Melalui kepuasan konsumen Pondok Bangladesh Mie Aceh*, <http://repository.ipb.ac.id> diakses tanggal 18 Februari 2018

¹³⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. ,,,, hal. 94

Sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah industri menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. Alfamart Semeru Kediri telah memberikan kemudahan kepada konsumen yang membeli dan memilih produk langsung di Alfamart Semeru Kediri dengan menyediakan produk beserta nama dan harga produk. Tampilan toko Alfamart Semeru Kediri juga tertata dengan rapi dan menarik dengan perpaduan warna merah dan putih membuat ruangan tampak lebih segar. Alfamart Semeru Kediri juga dilengkapi dengan pendingin ruangan yang membuat konsumen lebih nyaman berada di toko Alfamart Semeru Kediri. karyawan Alfamart Semeru Kediri secara berkala membersihkan lokasi usaha, untuk menjaga kebersihan tempat agar menghindari kerusakan pada produk-produk yang dijual serta menambah kenyamanan konsumen saat melakukan transaksi pembelian produk.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suwito dengan judul "*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Minimarket Alfamart Di Surabaya*". Hasil pengujian menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada minimarket Alfamart Manyar Sabrangan Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik bukti fisik yang ada pada minimarket Alfamart Manyar Sabrangan Surabaya misalnya kebersihan ruangan serta desain interior ruangan yang tertata rapi

akan menunjang pelayanan sehingga konsumen merasa nyaman jika berbelanja pada minimarket tersebut.¹³⁵

H. Pengaruh Variabel *Marketing Mix* terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Semeru Kediri

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui dengan cara:

1. H_0 = tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*, terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri.
2. H_a = Tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*, terhadap kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri.

Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 28.312 dan F tabel sebesar 2,11 ($28.312 > 2,11$). Sedangkan untuk taraf signifikansinya yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Maka tolak H_0 dan terima H_a . Artinya *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical*

¹³⁵ Suwito, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Minimarket Alfamart Di Surabaya* <https://ejournal.steisea.ac.id> diakses pada tanggal 01 Februari 2018

evidence secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri.

Marketing mix merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam kepuasan pelanggan. Semakin baik *Marketing mix* yang diberikan, pelanggan akan semakin menunjukkan rasa puasnya kepada Alfamart Semeru Kediri. Ketujuh unsur *Marketing mix* tersebut saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif dan kepuasan konsumen. Jadi, di dalam bauran pemasaran terdapat variabel-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Jadi semakin mengertinya perusahaan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan.

Menurut Schnaars¹³⁶, pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan anatar perusahaan dan pelangganya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi gethok tular yang positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan seabgai perbandingan

¹³⁶ Schnaars, S.P, *Marketing Strategy: A Customer-Driven Approach*. (New York : The Free Press, 1991), 442

anantara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.¹³⁷

Penelitian ini juga searah dengan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Brigita Ingrid Noviana, dengan judul “*Pengaruh service marketing mix terhadap kepuasan konsumen hotel amaris surabaya*”.¹³⁸ Dari hasil Uji F dapat disimpulkan bahwa variabel bebas penelitian ini yaitu bauran pemasaran (7P) yang meliputi *Product* (X₁), *Price* (X₂), *Place* (X₃), *Promotion* (X₄), *People* (X₅), *Physical Evidence* (X₆), *Process* (X₇) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait yaitu Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) (Y) di Hotel Amaris Surabaya. Dari hasil ini, hipotesis kedua dari penelitian yang menyebutkan bahwa faktor 7P berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Hotel Amaris Surabaya dapat diterima kebenarannya.

¹³⁷ Tjiptono, S and Diana, A, *Tak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hal 76

¹³⁸ Brigita Ingrid Noviana, *Pengaruh service marketing mix terhadap kepuasan konsumen hotel amaris surabaya*, <http://jrmb.ejournal-feuniat.net> diakses pada tanggal 25 Mei 2018