Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 28378-28381

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamart Di Cicurug Sukabumi

Saeful Rifki, Endah Murtiana Sari, La Ode Mbunai Mbunai
Universitas Sains Indonesia
Email : saepulrifki16@gmail.com, endah.murtiana@sains.ac.i, laode.mbunai@gmail.com

Published: May, 2026

ABSTRAK

Di era persaingan ritel modern yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu bagi kelangsungan bisnis suatu Perusahaan. Alfamart, salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia, menghadapi tantangan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan dengan Indomaret serta toko-toko tradisional. Fenomena seperti layanan yang kurang optimal, antrean yang Panjang, serta ketidak tersedia nya produk tertentu tak jarang dilakukan oleh pelanggan dan dapat menyebabkan penurunan kepuasan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelangan dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dam lokasi berfungsi sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan juga semakin meningkat. Ketersediaan produk memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti Ketika produk yang dibutuhkan pelanggan selalu tersedia, lengkap, dan mudah ditemukan, maka pelanggan merasa puas dan cenderung berbelanja kembali. Lokasi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti ketika Lokasi Alfamart yang strategis, mudah dijangkau, dan memiliki fasilitas parkir memadai membuat pelanggan lebih nyaman dan loyal. Temuan ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi Alfamart Cicurug dalam meningkatkan mutu pelayanan, pengelolaan stok produk, serta pemilihan lokasi yang strategis untuk menjaga kepuasan pelanggan.
Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Alfamart.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Di era persaingan ritel modern yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi penentu keberlangsungan bisnis. Minimarket seperti Alfamart menghadapi tantangan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan dengan Indomaret dan toko tradisional. Data *Top Brand Index* (Frontier Research, 2025) menunjukkan penurunan indeks merek Alfamart dari 46,4% (2022) menjadi 44,8% (2025), sementara Indomaret meningkat, memperketat perselisihan dari 7,6% menjadi 1,4%. Fenomena seperti antrean panjang, keterlambatan pelayanan, dan ketidaktersediaan produk menjadi keluhan umum yang berpotensi menurunkan kepuasan.

Penelitian ini menganalisis tiga faktor utama yang diduga memengaruhi kepuasan: kualitas pelayanan (X1), ketersediaan produk (X2), dan lokasi (X3). Kualitas pelayanan mencakup kecepatan, keramahan, dan ketanggapan karyawan (Millah & Suryana, 2020). Ketersediaan produk memastikan barang yang dibutuhkan selalu tersedia (Susanti et al., 2021). Lokasi strategis menentukan kemudahan akses dan kenyamanan pelanggan (Puspitaningrum & Aji Damanuri, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan ketiga variabel tersebut pada Alfamart Cicurug, Sukabumi.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi adalah pelanggan aktif Alfamart Cicurug Sukabumi (N=497). Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat

kesalahan 7,5%, menghasilkan 132 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *stratified random sampling* dengan kriteria: berdomisili di Cicurug, pelanggan aktif, dan berusia >17 tahun.
Instrumen berupa kuesioner dengan skala Likert 1-5, diadaptasi dari teori terkait. Uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan (r hitung > r tabel 0,220), dan uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha > 0,839 (>0,60). Analisis data menggunakan regresi linier berganda, didahului uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas) (Sugiyono, 2021).

Hasil

Demografi

Mayoritas responden berusia 23-25 tahun (59,8%), berjenis kelamin perempuan (66,7%), dan telah menjadi pelanggan lebih dari 1 tahun (77,3%).

Analisis Deskriptif

Secara keseluruhan, penilaian responden terhadap variabel penelitian tergolong tinggi/sangat tinggi: Kualitas Pelayanan (83,6%), Ketersediaan Produk (85,7% - sangat tinggi), Lokasi (85,3% - sangat tinggi), dan Kepuasan Pelanggan (83,8%).

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,200 (>0,05), histogram dan P-Plot membentuk kurva normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF <10 dan Tolerance >0,1. Uji heteroskedastisitas (Scatterplot dan Glejser) menunjukkan tidak ada pola tertentu dan nilai signifikansi >0,05. Model memenuhi asumsi.

Uji Regresi dan Hipotesis

Persamaan regresi yang diperoleh:

$$\mathbf{Y = -1{,}152 + 0{,}320X_1 + 0{,}154X_2 + 0{,}510X_3}$$

- **H1 (Kualitas Pelayanan):** Diterima. t hitung (3,734) > t tabel (1,979), signifikansi <0,001. Koefisien regresi 0,320.
- **H2 (Ketersediaan Produk):** Ditolak. t hitung (1,257) < t tabel (1,979), signifikansi 0,211 >0,05. Koefisien regresi 0,154.
- **H3 (Lokasi):** Diterima. t hitung (5,330) > t tabel (1,979), signifikansi <0,001. Koefisien regresi 0,510.
- **H4 (Simultan):** Diterima. Uji F hitung 135,701 > F tabel 3,07, signifikansi <0,001. Adjusted R Square = 0,755 (75,5% variasi kepuasan dijelaskan oleh ketiga variabel).

DISKUSI

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan dan lokasi merupakan faktor dominan kepuasan pelanggan Alfamart, sejalan dengan penelitian Millah & Suryana (2020) dan Mansandra et al. (2022). Pelayanan yang tanggap dan lokasi strategis memberikan nilai tambah emosional dan fungsional bagi pelanggan.

Temuan menarik adalah **ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial**. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Alfamart di Cicurug menganggap ketersediaan produk sebagai *hygiene factor* (faktor yang harus ada). Ketika produk selalu tersedia, pelanggan tidak merasa puas secara istimewa, tetapi jika tidak tersedia, mereka mungkin kecewa. Dengan tingkat persepsi ketersediaan produk yang sudah "sangat tinggi" (85,7%), variabel ini kehilangan daya pembedanya terhadap kepuasan.

Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 75,5% kepuasan pelanggan. Sisanya 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, promosi, atau suasana toko.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

1. Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamart.
2. Ketersediaan produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial, namun tetap berkontribusi dalam model simultan.
3. Lokasi merupakan variabel paling dominan memengaruhi kepuasan.

Saran:

1. **Bagi Manajemen Alfamart:** Prioritaskan peningkatan kualitas pelayanan (pelatihan karyawan) dan pertahankan lokasi strategis. Jaga stok produk sebagai standar minimal.
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Tambahkan variabel seperti harga, promosi, atau loyalitas, serta perluas area penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(2), 1079–1089. https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 1–14. https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2

Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Buana Informatika Cbi, 6(1), 037–043. https://doi.org/10.53918/jbicbi.v6i1.48

Diantika, A. R. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Ketersediaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hikmah Mart Jajar Wates. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(2), 175–188. https://doi.org/10.36490/jmdb.v1i2.390

Fransiska, V., & Tjuang, V. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Berbelanja di Pasar Swalayan Maju Bersama terhadap Ketersediaan Produk Sembako. 2(1).

Frontier Research. (2025). Komparasi brand kategori minimarket: Alfamart dan Indomaret periode 2022–2025. Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=533

Hermawan, I., Rini, N., & Luthfia, I. M. (2025). The Influence of Perceived Quality , Brand Image , and Customer Value on Satisfaction Through Purchase Decisions in the Coffee Market : The Moderating Role of Product Availability. 5(1).

Jimmy, J., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Personal Selling, Promosi dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Advan PT Maju Telekomunikasi Batam. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(1), 90. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.918

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada My Kopi O Semarang. YUME: Journal Manager, 5(1), 348–358. https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553

Mahendra, R., & Padmalia, M. (2025). PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI PADA PELANGGAN PT INDO REZA PERKAZA. JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI, 12(1), 481–507.

Mansandra, H., Chandrayanti, T., Meri, ;, & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Resto Incim Alahan Panjang. Jm, 5(1), 17.

Millah, H., & Suryana, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajarakan). 6(2), 134–142.

Nadiya, A. F., & Ishak, A. (2022). Analisis Niat Beli dan Perilaku Konsumen terhadap Produk Perawatan Kulit Ramah Lingkungan. Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 01(03), 186–204.

Naliyah Syahfitri, M., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal: Studi Kasus Indihome di Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(2), 216–237. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.567

Nida Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(3), 1–11. https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431

Peong, H. K., Budiman, A. A., & Ciptosari, F. (2025). Pengaruh Ketersediaan Produk , Packaging , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Moderasi The Influence of Product Availability , Packaging , and Service Quality on Purchase Decision with Customer Satisfaction as a Moderating.

Puspitaningrum, Y., & Aji Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 2(2), 289–304. https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977

Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Journal Of Communication Education, 15(1), 1267–1283. https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226

Ria, A. M., Andari, T. T., & Yulianingsih, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 11–19. https://doi.org/10.57151/jeko.v3i1.295

Ridwan, A. (2026). Bisnis Minimarket Ekspansif pada 2025, Toko Terbanyak Milik Indomaret. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/69dc9bfa1e996/bisnis-minimarket-ekspansif-pada-2025-toko-terbanyak-milik-indomaret?utm_source=chatgpt.com

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(1), 104–114. https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707

Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan , 2(4), 524–533. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (3rd ed.). CV. Alfabeta.

Susanti, M., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Merchandising terhadap Impulse Buying melalui Shopping emotion sebagai Variabel Intervening (Studi Produk Pakaian di Royal Plaza Surabaya). Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis (JIKB), 12(2A), 204–217.

Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. Widya Amrita, 1(1), 144–163. https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1162

Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 3(1), 31–38. https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121