

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA ALFAGIFT DI TOKO ALFAMART SAPA AREA BANDAR LAMPUNG

Oleh

SEPTIA KURNIAWAN

Adanya pola perubahan perilaku konsumen yang mengubah cara masyarakat dalam berbelanja di toko ritel dari metode konvensional menjadi melalui aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan persepsi kemudahan terhadap kepuasan konsumen pengguna Alfagift di Bandar Lampung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel menggunakan rumus *Cochran* dengan jumlah 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Data tersebut diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan SPSS 27 sebagai alat pengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Alfagift di Bandar Lampung sebesar 30,8% dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Alfagift di Bandar Lampung sebesar 23,3%. Sedangkan secara simultan, promosi penjualan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Alfagift di Bandar Lampung sebesar 48,6%.

Kata kunci: promosi penjualan, persepsi kemudahan, kepuasan konsumen, Alfagift.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND PERCEIVED CONVENIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION FOR ALFAGIFT USERS AT THE ALFAMART SAPA STORE IN THE BANDAR LAMPUNG AREA

By

SEPTIA KURNIAWAN

There is a pattern of changing consumer behavior that changes the way people shop at retail stores from conventional methods to through applications. This study aims to determine the effect of sales promotion and perceived convenience on consumer satisfaction of Alfagift users in Bandar Lampung. The method used is quantitative with explanatory research type. The population is not known with certainty, so the sample determination uses the Cochran formula with a total of 100 respondents using purposive sampling technique. The data was obtained from a questionnaire using a Likert scale. The analysis technique used is multiple linear regression with SPSS 27 as a data processing tool. The results showed that partially, sales promotion had a significant effect on customer satisfaction of Alfagift users in Bandar Lampung by 30.8% and perceived convenience had a significant effect on customer satisfaction of Alfagift users in Bandar Lampung by 23.3%. While simultaneously, sales promotion and perceived convenience have a significant effect on customer satisfaction of Alfagift users in Bandar Lampung by 48.6%.

Keywords: *sales promotion, perceived convenience, customer satisfaction, Alfagift.*