

ABSTRAK

PENGARUH HARGA PRODUK DAN KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Al Amin Multimart Store Raman Utara Kabupaten Lampung Timur)

Oleh

ZAHRA SUKMA WARNI

Persaingan bisnis ritel semakin ketat, sehingga pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga produk dan kenyamanan berbelanja terhadap kepuasan konsumen di Al Amin Multimart Store. Harga produk yang kompetitif dan kenyamanan dalam berbelanja menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan tempat belanja mereka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 110 responden yang merupakan konsumen Al Amin Multimart Store. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen, yaitu harga produk (X1) dan kenyamanan berbelanja (X2), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk dan kenyamanan berbelanja memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin kompetitif harga produk dan semakin nyaman pengalaman berbelanja, maka kepuasan konsumen juga meningkat. Oleh karena itu, Al Amin Multimart Store disarankan untuk terus mempertahankan strategi harga yang kompetitif dan meningkatkan fasilitas serta pelayanan guna menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik.

Kata Kunci : Harga Produk, Kenyamanan Berbelanja, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT PRICE AND SHOPPING COMFORT ON CONSUMER SATISFACTION (Study on Consumers of Al Amin Multimart Store Raman Utara, East Lampung Regency)

By

ZAHRA SUKMA WARNI

Retail business competition is getting tighter, so understanding the factors that influence consumer satisfaction is very important. This study aims to determine the effect of product prices and shopping convenience on consumer satisfaction at Al Amin Multimart Store. Competitive product prices and shopping convenience are the main considerations for consumers in determining where to shop. This study uses a quantitative method with a causal associative approach. Data were collected by distributing questionnaires to 110 respondents who are consumers of Al Amin Multimart Store. The data analysis technique used is multiple linear regression to measure the effect of independent variables, namely product prices (X1) and shopping convenience (X2), on the dependent variable, namely consumer satisfaction (Y). The results of the study indicate that product prices and shopping convenience have a significant effect on consumer satisfaction. This means that the more competitive the product price and the more comfortable the shopping experience, the more consumer satisfaction increases. Therefore, Al Amin Multimart Store is advised to continue to maintain a competitive pricing strategy and improve facilities and services in order to create a better shopping experience.

Keywords : Product Price, Shopping Convenience, Consumer Satisfaction