

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun kesimpulan yang dapat diambil diantaranya dengan dilakukannya penelitian ini gunanya untuk memperluas bisnis minimarket yang ada dengan mengetahui segala resiko yang dihadapi dan dapat mengetahui strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi pesaing.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor penentu (harga yang dipersepsikan, kualitas layanan, kualitas makanan, kualitas lingkungan fisik) yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, loyalitas dan kebahagiaan.

Selain itu, jika harga yang ditentukan wajar maka dapat secara positif mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas minimarket. Dalam penelitian ini juga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi harga dalam industri jasa makanan atau produk. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hal ini konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya. Selain itu, juga ada hasil yang mengungkapkan bahwa kepuasan berhubungan positif dengan kebahagiaan pelanggan, yang mirip dengan temuan Gong dan Yi(2018) di dalam penelitian terbaru mereka.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini mengenai Analisis Strategi Bisnis Minimarket

Dengan Mendorong Minat Beli Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kualitas Lingkungan (Studi Kasus Pada Minimarket Melati di Lombok) sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini ada beberapa variabel yaitu :
 - a. Persepsi Harga
 - b. Kualitas Makanan
 - c. Kualitas Layanan
 - d. Kualitas Lingkungan
 - e. Kepuasan
 - f. Loyalitas
 - g. Kebahagiaan
2. Variabel kebahagiaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas di minimarket melati. Artinya, semakin banyak kebahagiaan yang diterima oleh pelanggan maka tingkat loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi
3. Variabel kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kebahagiaan di minimarket melati. Artinya, semakin pelanggan merasa puas maka semakin tinggi juga tingkat kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan
4. Variabel kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas di minimarket melati. Artinya, semakin pelanggan merasa puas maka semakin tinggi juga loyalitas yang diberikan oleh pelanggan

5. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di minimarket melati. Artinya, jika kualitas layanan yang diberikan oleh minimarket sangat baik maka juga akan memberikan nilai yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan
6. Variabel kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di minimarket melati. Artinya, jika kualitas lingkungan fisik yang disediakan oleh minimarket nyaman dan bersih maka akan memberikan nilai yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan
7. Variabel kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di minimarket melati. Artinya, jika kualitas makanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik maka akan memberikan juga nilai yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan.
8. Variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan di minimarket melati. Artinya, jika harga yang diberikan kepada pelanggan tidak terlalu mahal atau sesuai dengan produknya maka akan memberikan nilai yang tinggi terhadap kualitas layanan
9. Variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas lingkungan fisik di minimarket melati. Artinya, jika harga yang diberikan kepada pelanggan tidak terlalu mahal atau sesuai dengan produknya maka akan memberikan nilai yang tinggi terhadap kualitas lingkungannya
10. Variabel persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas makanan di minimarket melati. Artinya, jika harga yang diberikan kepada pelanggan tidak terlalu mahal atau sesuai dengan

produknya maka akan memberikan nilai yang tinggi terhadap kualitas makanan

5.2 Saran

Ada beberapa saran dan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah :

Bagi minimarket :

1. Dalam bisnis minimarket ini, disarankan untuk melakukan upaya peningkatan dalam bagian kualitas minimarket tersebut (kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas lingkungan fisik) karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku pelanggan
2. Melihat kesegaran atau kelayakan produk terhadap penyajian makanan maupun produk
3. Anggota staff harus dilatih agar menjadi profesional dalam melakukan pekerjaan
4. Peran harga juga sangat penting dalam bisnis minimarket, karena ada beberapa kualitas produk atau makanan yang tidak sesuai dengan harganya, maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Harga harus masuk akal dibandingkan dengan kualitasnya.

Bagi Manajer :

1. Membuat pelanggan puas, karena jika pelanggan yang merasa puas ketika melakukan pembelian pada minimarket tersebut akan membuat pelanggan menjadi lebih loyal dan akan bersedia kembali untuk mengunjungi minimarket tersebut dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.
2. Melakukan strategi-strategi baru dan menarik, karena akan memenuhi kebutuhan pelanggan
3. Dapat mempertahankan pelanggan, karena dengan mempertahankan pelanggan agar tetap melakukan pembelian pada minimarket tersebut akan menghasilkan laba yang lebih besar

5.3 Keterbatasan Penelitian

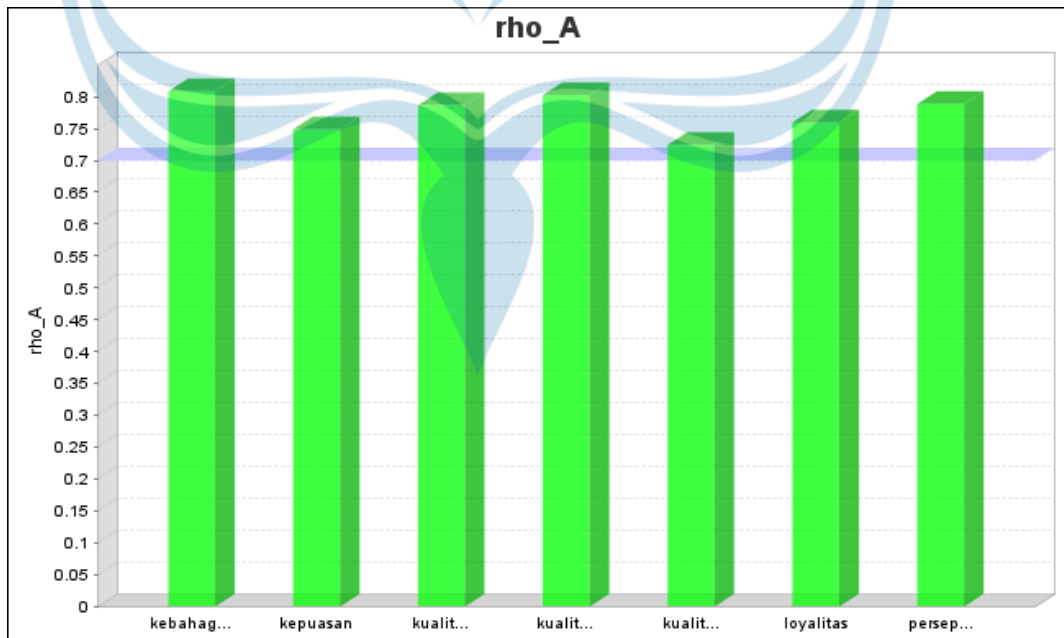
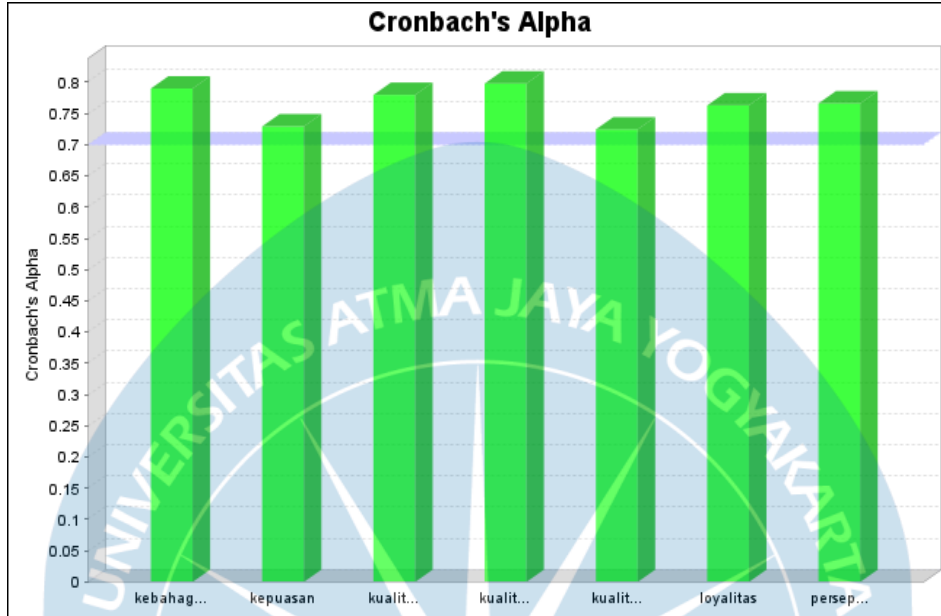
Penelitian ini hanya dilakukan di Lombok khususnya orang yang pernah melakukan pembelian pada minimarket melati. Minimarket ini tidak ada selain di pulau Lombok dan hanya diketahui oleh masyarakat Lombok saja dan tidak dapat diketahui oleh orang yang berasal dari luar Lombok

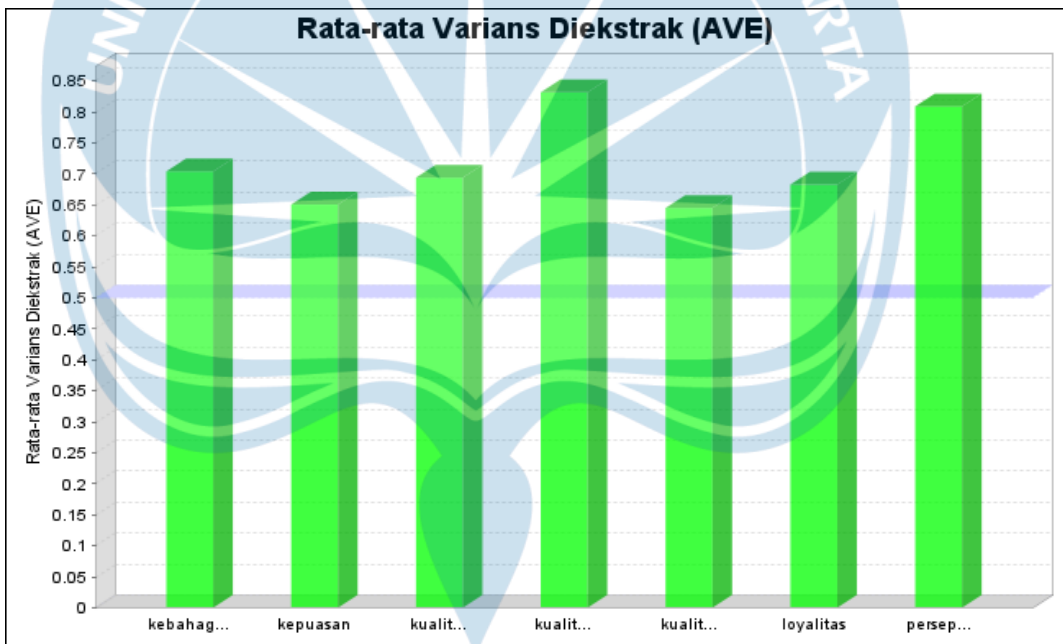
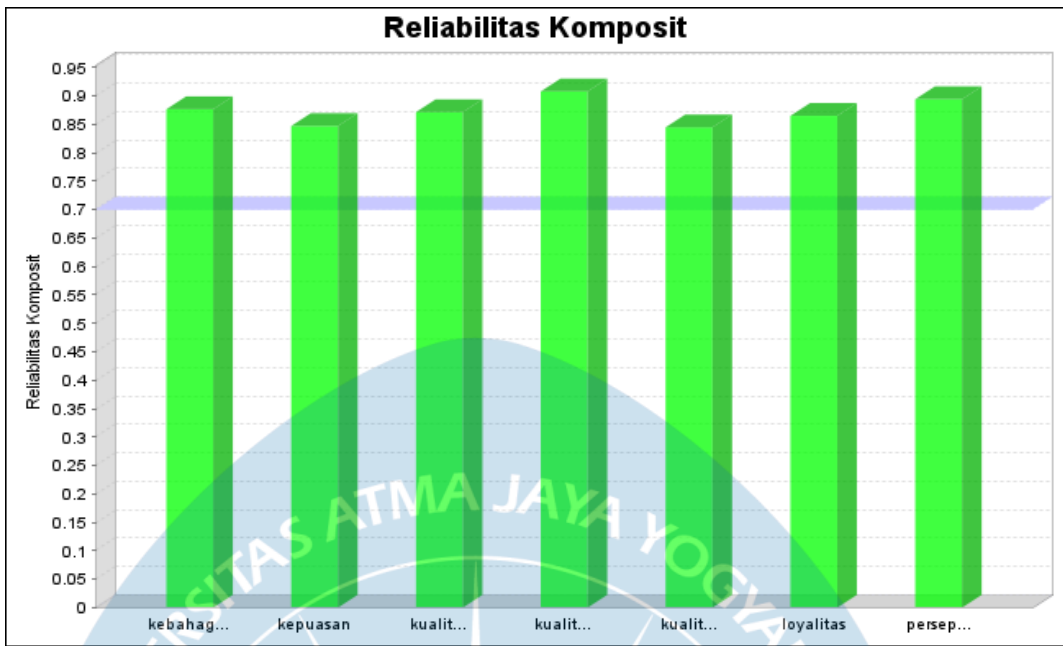
5.4 Implikasi Manejerial

Di dalam minimarket ini, harus dilakukan upaya untuk meningkatkan dimensi kualitas minimarket (kualitas makanan, kualitas layanan, dan kualitas lingkungan fisik), karena hal tersebut sangat berpengaruh pada perilaku pelanggan atau konsumen. Manajer harus menekankan pada kalitas makanan ataupun produk yang dijual, dan sangat penting juga untuk dapat menjaga kualitas minimarket tersebut agar tetap bersih dan nyaman sehingga hal tersebut dapat membuat konsumen atau pelanggan merasa puas dan akan terus mengunjungi minimarket tersebut.

Kebahagiaaian yang dirasakan oleh pelanggan juga sangat penting untuk mendukung kepuasan konsumen. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut akan menjadi lebih loyal. Mempertahankan pelanggan sangat berdampak besar juga bagi minimarket, karena jika pelanggan puas mereka akan membantu mempromosikan minimarket tersebut secara sukarela, dan akan menjadi pelanggan setia pada minimarket tersebut.

Lampiran Gambaran





Lampiran Kuesioner

1	Apakah anda adalah orang Lombok?	Apakah anda mengetahui minimarket melati?	Apakah anda pernah melakukan pembelian pada minimarket melati?	Jenis kelamin	Usia saat ini	Seberapa sering mengunjungi
2	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
3	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
4	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
5	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
6	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
7	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
8	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
9	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
10	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
11	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
12	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
13	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
14	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
15	Ya	Ya	Ya	Perempuan	50 tahun ke atas	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
16	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
17	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
18	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
19	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
20	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
21	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1 bulan sekali
22	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
23	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-3 kali dalam seminggu
24	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
25	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-3 kali dalam seminggu
26	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
27	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
28	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
29	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
30	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
31	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
32	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
33	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
34	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
35	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
36	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
37	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
38	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
39	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
40	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
41	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
42	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
43	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	41-50	1 bulan sekali
44	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
45	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-3 kali dalam seminggu
46	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
47	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
48	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
49	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
50	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
51	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
52	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
53	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
54	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
55	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
56	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
57	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
58	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
59	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
60	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
61	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1 bulan sekali
62	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
63	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
64	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
65	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
66	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-3 kali dalam seminggu
67	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1 bulan sekali
68	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
69	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
70	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
71	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
72	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
73	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
74	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-3 kali dalam seminggu
75	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
76	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
77	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
78	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
79	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
80	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
81	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
82	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
83	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
84	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
85	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
86	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
87	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
88	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
89	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
90	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
91	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
92	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
93	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
94	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
95	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
96	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
97	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
98	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
99	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
100	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
101	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
102	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
103	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
104	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	41-50	1-2 kali dalam 3 bulan
105	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
106	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 tahun ke bawah	1-2 kali dalam 3 bulan
107	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
108	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
109	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1 bulan sekali
110	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	41-50	1 bulan sekali
111	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
112	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
113	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
114	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
115	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
116	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
117	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
118	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-2 kali dalam 3 bulan
119	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
120	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu

121	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
122	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-3 kali dalam seminggu
123	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1 bulan sekali
124	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-3 kali dalam seminggu
125	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
126	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 tahun ke bawah	1 bulan sekali
127	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
128	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-3 kali dalam seminggu
129	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-3 kali dalam seminggu
130	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
131	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
132	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-2 kali dalam 3 bulan
133	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
134	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
135	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
136	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
137	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
138	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	Lebih dari 3 kali dalam seminggu
139	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	41-50	1-2 kali dalam 3 bulan
140	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1-3 kali dalam seminggu
141	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	21-30	1 bulan sekali
142	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
143	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
144	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21-30	1-3 kali dalam seminggu
145	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1 bulan sekali
146	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1-3 kali dalam seminggu
147	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
148	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
149	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
150	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali
151	Ya	Ya	Ya	Perempuan	41-50	1-2 kali dalam 3 bulan
152	Ya	Ya	Ya	Perempuan	31-40	1-3 kali dalam seminggu
153	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	31-40	1 bulan sekali

1	Pendapatan setiap bulan	PP1	PP2	PP3	FQ1	FQ2	FQ3	SO1	SO2	SO3	PO1	PO2	SA1	SA2	SA3	LY1	LY2	LY3	HA1	HA2	HA3
2	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
3	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	Rp. 1.000.000	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
5	Rp. 1.000.000	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
6	Rp. 1.000.000	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	Rp. 1.000.000	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	Rp. 1.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
10	Rp. 1.000.000	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
11	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	Rp. 1.000.000	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
13	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
14	Rp. 1.000.000	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
15	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
16	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	Rp. 1.000.000	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
19	Rp. 1.000.000	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	Rp. 1.000.000	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
23	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
24	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
25	Rp. 1.000.000	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
26	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	Rp. 1.000.000	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
28	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	3	2	4	4	5	4	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	Rp. 1.000.000	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3
30	Rp. 1.000.000	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
31	Rp. 1.000.000	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	4
32	Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
33	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
34	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
35	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
36	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
37	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
38	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
39	Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
40	Rp. 4.500.000	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
41	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
42	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
43	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4
44	Rp. 4.500.000	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
45	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
47	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
49	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
53	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
54	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
55	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
56	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
57	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
58	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4
59	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
60	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
61	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
62	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4
63	Rp. 4.500.000	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
64	Rp. 1.000.000	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
65	Rp. 4.500.000	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4
66	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5							

91	z Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4
92	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
95	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
97	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
99	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
101	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
102	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	z Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
104	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
106	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
110	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
113	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
115	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	z Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
117	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
119	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
120	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
122	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
123	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
124	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
125	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	z Rp. 1.000.000	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
127	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
128	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
129	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
130	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
131	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
132	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
133	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
134	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
135	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
136	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
137	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
138	z Rp. 4.500.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
139	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
140	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
141	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
142	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
143	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
144	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
145	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
146	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
147	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	6	4	4	4	4
148	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
149	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
150	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
151	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4
152	Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000	4	4	3	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	z Rp. 4.500.000	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5

Penjelasan :

1. Persepsi Harga :

- PP1 = Harga makanan di minimarket itu masuk akal
- PP2 = Berdasarkan produknya, harga di minimarket tersebut adil (sesuai dengan produk yang dibeli)
- PP3 = Harga produk di minimarket itu terjangkau

2. Kualitas makanan / Kualitas produk :

- FQ1 = Produknya memiliki kualitas yang bersih
- FQ2 = Produknya terlihat masih bagus dan masih layak dijual
- FQ3 = Produknya terlihat menarik

3. Kualitas Layanan :

- a. SQ1 = Anggota stafnya / pegawainya ramah
- b. SQ2 = Anggota stafnya / pegawainya melayani dengan cepat dan tepat
- c. SQ3 = Saya merasa nyaman dengan layanan anggota staff/ pegawainya

4. Kualitas Lingkungan Fisik :

- a. PQ1 = Lingkungan minimarket bersih
- b. PQ2 = Pencahayaan di minimarket nyaman

5. Kepuasan / Satisfaction :

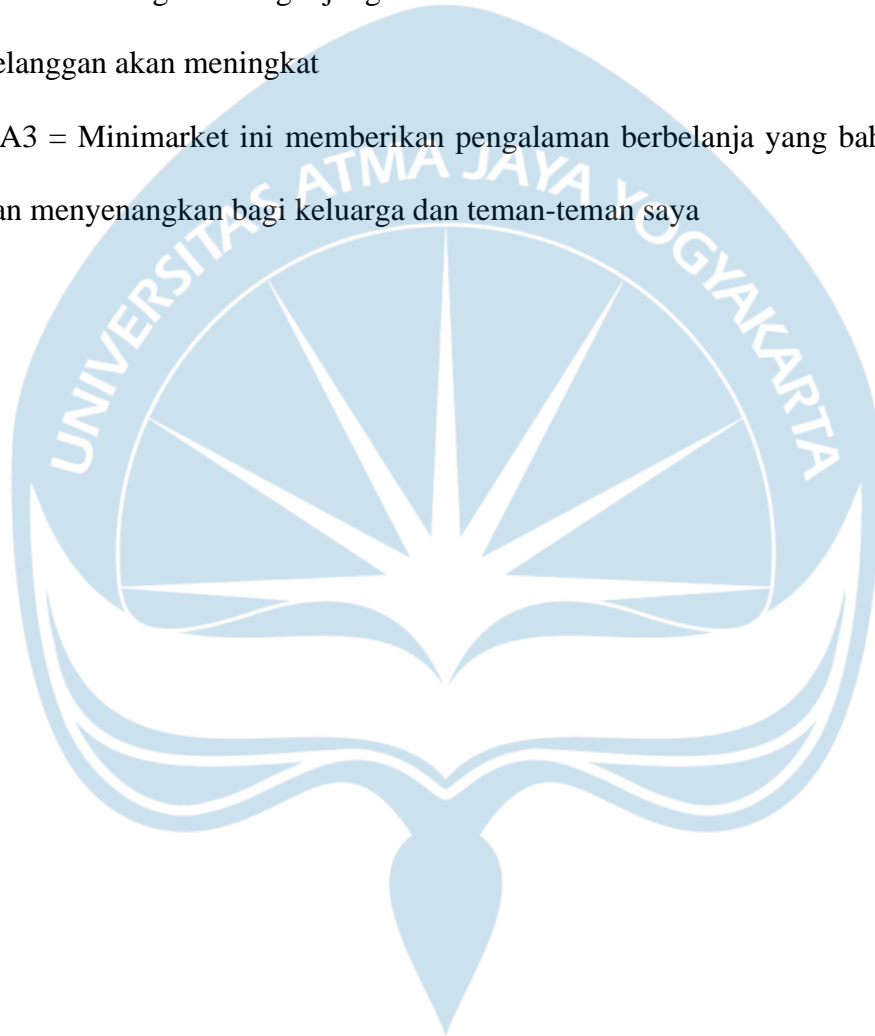
- a. SA1 = Pengalaman keseluruhan minimarket ini memuaskan
- b. SA2 = Saya pikir keputusan saya untuk mengunjungi minimarket ini adalah keputusan yang bijaksana
- c. SA3 = Minimarket ini memenuhi sebagian besar kebutuhan saya

6. Loyalitas :

- a. LY1 = Saya akan terus mengunjungi minimarket ini
- b. LY2 = Saya akan merekomendasikan minimarket ini kepada orang lain
- c. LY3 = Saya akan mengatakan hal-hal yang positif tentang minimarket ini kepada orang lain

7. Kebahagiaan / Happiness :

- a. HA1 = Saya pikir mengunjungi minimarket ini akan berkontribusi pada kebahagiaan pelanggan
- b. HA2 = Dengan mengunjungi minimarket ini maka kualitas hidup pelanggan akan meningkat
- c. HA3 = Minimarket ini memberikan pengalaman berbelanja yang bahagia dan menyenangkan bagi keluarga dan teman-teman saya



DAFTAR PUSTAKA

Agus Supandi Soegoto, H. K. (2020). Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi Volume 19 (1), 2020: 119-130, 12.*

Ahmed, S. (2020). Effect of Components of Brand Equity on Purchase Intention of Smartphones . *Journal of Marketing Strategies, Volume 2, Issue 2, 2020, 1-16.*

Cynthia Intan Kumala, S. M. (2020). Strategy of Emina Cosmetics Product to Increase Purchase Intention in Indonesia . *2020 IJRAR November 2020, Volume 7, Issue 4, 1-6.*

Dyah Sugandini¹, M. M. (2020). Green Supply Chain Management and Green Marketing Strategy on Green Purchase Intention: SMEs Cases. *JIEM, 2020 – 13(1): 79-92 – Online ISSN: 2013-0953 – Print ISSN: 2013-8423, 14.*

Lu Xu, C. B. (2017). Relative Contribution of Product Quality and Service Quality in the Automobile Industry. *QMJ VOL 24, NO. 1/2017, ASQ, 17.*

Man Lai Cheung, G. D. (2020). Exploring Synergetic Effects of Social-Media Communication and Distribution Strategy on Consumer-Based Brand Equity . *Asian Journal of Business Research, Volume 10, Issue 1, 2020, 1-24.*

Maziriri, R. C. (2017). The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention : a case

of male consumers for cosmetic brands in South Africa . *Jorunal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, Vol. 12 Issue 1, 12.

Moon, Y. Z. (2020). What Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in fast-food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender . 19.

Shao-Ping Yang 1, S.-C. C.-C. (2021). Consumer Confusion and Green Consumption Intentions from the Perspective of Food-Related Lifestyles on Organic Infant Milk Formulas. *Sustainability* 2021, 13, 1606, 16.

Van Dat TRAN, N. M. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions : Evidence from Convenience Stores in Vietnam . *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7 No 9 (2020) 517-526, 10.

<http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191.pdf>

http://etheses.uin-malang.ac.id/1775/6/06410081_Bab_2.pdf

<http://eprints.ums.ac.id/36842/3/BAB%20II.pdf>

<http://repository.radenfatah.ac.id/7833/2/skripsi%20BAB%20II.pdf>

<http://eprints.stainkudus.ac.id/255/5/5.%20BAB%20II.pdf>

<https://repository.unikom.ac.id/67023/1/PERILAKU%20KONSUMEN%201.pdf>