

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MINI MARKET YSM MART DI KABUPATEN KATINGAN**

**Oktoberi<sup>1</sup>, Syahrani<sup>1</sup>, Ervica Zamilah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan  
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NPM17310990

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan  
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1125097401

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan  
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari, NIDN1130077601

Email : [oktoberi.0990@gmail.com](mailto:oktoberi.0990@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Minimarket merupakan swalayan dalam skala kecil, Pelayanan berpengaruh terkepuasan pelanggan dan persepsi harga, belanja bukan sekadar kebutuhan kepuasan pelanggan sehingga mempertahankan pangsa pasarnya haruslah dipertahankan. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada mini market YSM Mart

Metode penelitian ini dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan wawancara terpusat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Hasil disajikan dalam bentuk deskriptif yaitu gambaran data atau subjek mengenai kepuasan pelanggan tentang pelayanan dan persepsi harga di Mini Market YSM Mart

Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan menyukai Mini Market Faktor senang dengan pegawai Mart yang ramah dan menyapa ketika berbelanja, sehingga harga sama sekali tidak berpengaruh, karena memiliki harga yang sama dengan jenis promo dengan minimarket sekitar. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan, kualitas pelayanan di Mini Market YSM Mart Kabupaten Katingan tersebut membuat mereka merasa puas ketika berbelanja.

## **ABTRACT**

Minimarket is a small-scale self-service, service affects customer satisfaction and price perception, shopping is not just a customer satisfaction need so maintaining its market share must be maintained. To find out the picture of service quality to customer satisfaction, to know the price perception of customer satisfaction and to find out the quality of service and price perception of customer satisfaction at the YSM Mart mini market.

This research method with a qualitative approach is with a centralized interview providing answers to the questions given. The results are presented in descriptive form, namely a description of data or subjects regarding customer satisfaction about service and price perception at YSM Mart Mini Market.

Service affects customer satisfaction. Customers like Mini Market The factor of being happy with Mart employees who are friendly and greet when shopping, so the price has no

effect at all, because it has the same price as the type of promo with the surrounding minimarket. Price does not affect satisfaction, the quality of service at the YSM Mart Mini Market Katingan Regency makes them feel satisfied when shopping.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada Milala Service Station Medan)*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 141– Fandy Tjiptono, Service Management Mewujudkan Layanan Prima, (Yogyakarta: Andi, 2012)., 129150.
- Fardiani, A. N., 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang*. Semarang: s.n.
- Juniantara dan Tjokorda, Sukawati. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Unud*.Vol. 7, No. 1:5955-5982.
- Indra. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam”. *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*. Vol. 1 No. 1.