



## Analisis Komparatif Pelayanan Indomaret Dan Alfamart Di Tais Kecamatan Seluma

### Comparative Analysis Of Indomaret And Alfamart Services In Tais, Seluma District

Jesi Aprianti <sup>1)</sup>; Tito Irwanto <sup>2)</sup>; Tri Febrina Melinda <sup>3)</sup>; Lydia Gustina Putri <sup>4)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu  
Email: <sup>1)</sup> [jesi@gmail.com](mailto:jesi@gmail.com)

#### How to Cite :

Aprianti, J., Irwanto, T., Melinda, F. T., Putri, L. G. (2025). Analisis Komparatif Pelayanan Indomaret Dan Alfamart Di Tais Kecamatan Seluma. Jurnal Multidisiplin. 1(3). DOI:<https://doi.org/10.70963/jm.v1i3>

#### ARTICLE HISTORY

Received [15 Januari 2025]

Revised [17 Februari 2025]

Accepted [04 Maret 2025]

#### KEYWORDS

Service Quality, Indomaret, Alfamart.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan pelayanan antara Indomaret dan Alfamart di Tais Kecamatan Seluma. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif bersifat komparatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, dengan sampel sebanyak 100 orang dari Indomaret dan 100 responden Alfamart Muara dalam di Tais Kecamatan Seluma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai original sample 0,162 (positif), nilai t-statistic 1,850 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu 0,035< 0,05. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Indomaret Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan. Hipotesis kedua menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai original sample 0,666 (positif), nilai t-statistic 7,759 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga H2 pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Alfamart Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil pada perhitungan diperoleh Fhitung 179,748 > Ftabel 2.65 yang artinya variabel Indomaret (X1), Alfamart (X2) dan Kualitas Pelayanan (Y) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma

#### ABSTRACT

One of the retail businesses that serve basic needs and daily needs is minimarket. The minimarket business is one of the businesses classified as a retail business that has great potential. The presence of a minimarket business offers an alternative for consumers who need products. The purpose of this study is to analyze the comparison of services between Indomaret and Alfamart in Tais, Seluma District. This type of research uses quantitative comparative nature. The data collection method in this study used a questionnaire technique, with a sample of 100 people from Indomaret and 100 respondents from Alfamart Muara in Tais, Seluma Sub-District. The results showed that the first hypothesis showed that the results of data processing showed that the original sample value was 0.162 (positive), the value t-count was 1.850 (>1.96) and the values of p met the requirements, namely 0.035 < 0.05. So that H1 in this study is accepted. It can be concluded that the services of Indomaret Muara Dalam Seluma has a positive and significant effect. The second hypothesis shows that the results of data processing show that the original sample value is 0.666 (positive), the value t count is 7.759 (> 1.96) and p values meet the requirements, namely 0.000 < 0.05. So that H2 in this study is accepted. It can be concluded that the services of Alfamart Muara Dalam Seluma has a positive and significant effect. Based on the results of the calculation obtained F count 179.748 > F table 2.65 which means that the variables Indomaret (X1), Alfamart (X2) and Service Quality (Y) simultaneously have a positive and significant effect in Tais, Seluma Sub-District.

## PENDAHULUAN

Toko retail seperti Indomaret dan Alfamart telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia saat ini, dimana keduanya merupakan salah satu merek terkemuka di pasar toko serba ada (convenience store) di Indonesia. Toko ritel tersebut, menyediakan produk dan jasa secara cepat, mudah dan praktis.

Kemudian, toko Indomaret dan Alfamart biasa buka dalam waktu 24 jam dan menawarkan produk yang relatif kecil dalam segi ukuran dibandingkan dengan supermarket, seperti produk makanan, minuman, peralatan kecantikan, dan barang-barang rumah tangga. Seiring dengan berjalannya waktu dan pertumbuhan ekonomi yang stabil, perkembangan toko ritel di Indonesia pun terus meningkat. Selain itu urbanisasi juga memberikan peran besar dalam perkembangan toko ritel di Indonesia, karena semakin banyak orang yang tinggal di kota-kota besar dan membutuhkan akses terhadap toko serba ada seperti Indomaret dan Alfamart.

Akan tetapi, dalam dunia bisnis era globalisasi yang terjadi pada saat ini. Berada di dalam situasi yang tidak menentu dalam menghadapi tantangan yang tinggi. Bahkan secara internal, manajer sering menghadapi permasalahan seperti produktivitas, mutu, pelayanan, waktu, keselamatan, lingkungan dan perilaku karyawan yang semakin hari semakin sangat berat. Sedangkan secara eksternal, manajer mendapatkan tekanan terus-menerus dari konsumen, pemasok, lembaga masyarakat dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga. Maka, untuk menghadapi tantangan yang tidak terduga maka pemilik perusahaan harus memikirkan cara mengantisipasi terjadinya tekanan konsumen tersebut. Dengan membuat ide-ide kreatif pada perusahaan, sehingga perusahaan tidak akan takut dengan tekanan yang tidak terduga. Dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat pemimpin perusahaan dituntut untuk menentukan strategi menyangkut pelayanan konsumen.

Di dalam suatu internal perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Karyawan merupakan salah satu yang paling diperhatikan oleh konsumen. Karena karyawan terjun langsung untuk menghadapi konsumen. Sehingga manajer perusahaan tersebut harus memperhatikan karyawannya, supaya tingkah laku karyawan tidak membuat kecewa konsumen. Menurut Sinambela (2019:5) bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dari hal tersebut, perusahaan yang ingin mendapatkan keunggulan kompetitif dalam bersaing harus dapat memberikan jasa pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Dalam pelayanan, perusahaan harus memenuhi lima kriteria pelayanan sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*. Pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi terhadap kerja. Bengkulu merupakan salah satu kota yang memiliki persaingan ketat dalam bidang ritel. Indomaret dan Alfamart merupakan salah satu contoh minimarket yang bersaing dengan yang lainnya. Lokasi Indomaret dan Alfamart berada berhadapan, sehingga mempengaruhi kunjungan pelanggan.

Pandangan konsumen pasti ada yang melihat kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan pada kualitas pelayanannya. Dari fenomena tersebut maka sistem pelayanan yang dilakukan oleh Indomaret dan Alfamart, tentu memiliki perbedaan dengan usaha ritel lainnya, yang tidak terlalu mementingkan pelayanan khusus terhadap konsumen. Dari hal tersebut, menjadi tantangan tersendiri bagi usaha kecil dalam merebut hati konsumen. Untuk memenangkan persaingan yang tinggi, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pelayanan yang baik pada pelanggannya. Tentu segala upaya harus dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sehingga harapan pelanggan terpenuhi dan selanjutnya mau untuk datang kembali.

Strategi jitu sangat diperlukan untuk merebut hati konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan, salah satunya kebijakan dan kepuasan konsumen. Sehingga konsumen dapat loyal terhadap bisnis ritel yang akan menimbulkan banyak keuntungan. Menurut Kasmir (2020:19), bahwa jenis pelayanan dibagi ke dalam dua kelompok, seperti pelayanan ke dalam yakni pelayanan karyawan dengan karyawan, karyawan dengan atasan atau sebaliknya untuk mendukung aktivitas dan pelayanan di suatu perusahaan.

Sedangkan pelayanan ke luar yakni pelayanan yang dilakukan oleh pihak perusahaan kepada konsumen. Pelayanan ini dilakukan guna tercapainya sebuah transaksi berupa produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan terhadap konsumen. Strategi jitu sangat diperlukan untuk merebut hati konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan, maka konsumen dapat loyal terhadap bisnis ritel yang akan menimbulkan banyak keuntungan.



## LANDASAN TEORI

### Pelayanan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang dibutuhkan atau diperlukan seseorang (meladeni). Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Sampara Lukman yang dikutip oleh Sinambela (2019:5), pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

### Indomaret dan Alfamart

Persaingan antara dua raksasa ritel Indonesia, Alfamart dan Indomaret, semakin ketat dalam beberapa tahun terakhir. Keduanya terus berlomba untuk memperluas jaringan gerai mereka di seluruh penjuru negeri. Ekspansi ini tidak hanya bertujuan memperkuat pangsa pasar tetapi juga memperkuat kehadiran mereka di sektor ritel yang sangat kompetitif. PT Indomarco Prismatama, yang dikenal dengan merek Indomaret, juga tidak kalah agresif dalam ekspansi. Pada tahun 2024, Indomaret juga ditargetkan membuka 1.000 gerai baru. Jumlah ini akan menambah jaringan gerai Indomaret yang akhir 2023 telah mencapai sekitar 22.400 gerai di seluruh Indonesia.

Ekspansi ini tentu saja membutuhkan investasi yang signifikan. Satu gerai Alfamart diperkirakan membutuhkan dana sebesar Rp1,2-1,4 miliar. Dengan membuka 1.000 gerai baru, total investasi yang diperlukan mencapai sekitar Rp1,2 triliun hingga Rp1,4 triliun. Untuk mendukung ekspansi ini, Alfamart telah menyiapkan belanja modal (capital expenditure/capex) sebesar Rp 4,5 triliun yang sebagian besar bersumber dari kas internal perusahaan. Selain ekspansi fisik, Alfamart juga menggenjot produktivitas penjualan melalui strategi omnichannel. Aplikasi Alfagift menjadi salah satu andalan Alfamart untuk memajukan belanja fisik dan online.

Dengan fitur-fitur unggulan seperti bebas ongkir tanpa batas, Alfagift diharapkan dapat meningkatkan pengalaman belanja konsumen dan memanfaatkan jaringan gerai yang ada sebagai hubunhan untuk pengiriman cepat. Ekspansi ini mencakup wilayah-wilayah strategis dan berpotensi tinggi untuk meningkatkan penetrasi pasar. Indomaret juga terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Fokus utama Indomaret adalah memberikan kenyamanan berbelanja melalui gerai-gerai yang tersebar luas dan menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari dengan harga kompetitif.

Prospek masa depan bagi Alfamart dan Indomaret sendiri sangat cerah, terutama dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang relatif stabil dan meningkatnya daya beli masyarakat. Ekspansi yang terus dilakukan oleh kedua perusahaan menunjukkan komitmen mereka untuk tetap menjadi pemimpin pasar di sektor ritel. Dengan dukungan investasi yang kuat dan strategi ekspansi yang terencana dengan baik, Alfamart dan Indomaret diharapkan dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia. Persaingan yang sehat antara kedua perusahaan ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

### Komparasi

Komparasi teori adalah metode penelitian yang membandingkan objek, fenomena, atau konsep untuk memahami perbedaan dan kesamaannya. Menurut Darmawati, (2018:14), studi komparasi melibatkan dua kata kunci, yakni "penelitian" dan "perbandingan". Dalam kamus Bahasa Indonesia, "penelitian" merujuk pada proses kajian, investigasi, atau analisis. Sementara itu, "perbandingan" mengacu pada tindakan membandingkan.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Jenis pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat komparatif. Menurut Hartanti, (2019:30) penelitian komparatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan membandingkan suatu variabel pada sampel yang berbeda untuk mendapatkan jawaban atau fakta apakah terdapat perbandingan atau tidak dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner terhadap pelanggan Indomaret dan Alfamart di Tais Kecamatan Seluma. Uji Instrumen Penelitian menggunakan analisis deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS). Dalam uji analisis, PLS menggunakan dua evaluasi yaitu dengan model pengukuran yakni model pengukuran Outer Model (Model Pengukuran)

untuk menguji validitas dan Inner Model (Model Struktural) yang digunakan untuk menguji kausalitas atau pengujian hipotesis.

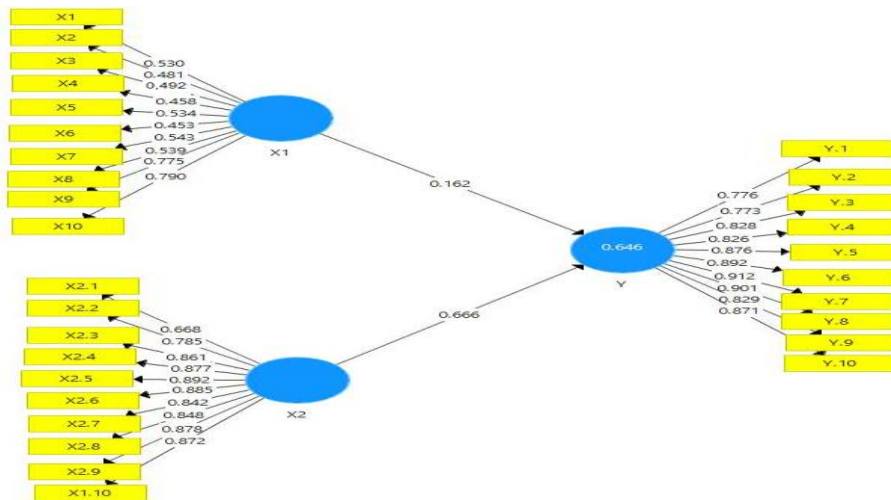
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Uji Validitas (Validitas Konvergen)

*Convergent validity* mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Pengujian convergent validity dapat dilihat dari loading factor untuk tiap indikator konstruk. Nilai loading factor > 0,7 merupakan nilai ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya. Dalam penelitian empiris, nilai loading factor > 0,5 masih bisa diterima. Bahkan, sebagian ahli mentolerir 0,4. Nilai ini menunjukkan persentasi konstruk mampu menerangkan variasi yang ada dalam indikator

Gambar 1. Diagram Jalur *Outer Model*



Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Untuk mengetahui uji validitas konvergen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel Outer Loading di bawah ini:

Tabel 1 . Hasil *Outer Loading*

No	Indomaret (X <sub>1</sub> )	Alfamart (X <sub>2</sub> )	Kuaitas Pelayanan (Y)
X1.1	0,530		
X1.2	0,481		
X1.3	0,492		
X1.4	0,458		
X1.5	0,534		
X1.6	0,453		
X1.7	0,543		
X1.8	0,539		
X1.9	0,775		
X1.10	0,790		
X2.1		0,668	
X2.2		0,785	
X2.3		0,861	
X2.4		0,877	
X2.5		0,892	
X2.6		0,885	
X2.7		0,842	
X2.8		0,848	
X2.9		0,878	



X2.10		0,872	
Y.1			0,776
Y.2			0,773
Y.3			0,828
Y.4			0,826
Y.5			0,876
Y.6			0,892
Y.7			0,912
Y.8			0,901
Y.9			0,829
Y.10			0,871

Sumber: Hasil olah data SmartPLS3, 2024.

Berdasarkan tabel diatas, seluruh dari *outer loading* menunjukkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid secara statistik serta dapat digunakan dalam penelitian. Seluruh nilai *outer loading* pada setiap indikator sudah menunjukkan nilai > 0.4. Hal ini berarti masing-masing indikator memiliki korelasi yang baik terhadap variabel yang diukurnya. Oleh karena itu, indikator pada penelitian ini dikatakan valid karena nilai *outer loading* telah memenuhi ketentuan validitas.

### Hasil Uji Validitas Diskriminan

Nilai *cross loading* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel.2 Hasil Validitas Diskriminan**

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
Indomaret (X1)	0,618
Alfamart (X2)	0,711
Kualitas Pelayanan (Y)	0,722

Sumber: Hasil olah data SmartPLS3, 2024.

Berdasarkan di atas, seluruh konstruk memiliki Average Variance Extractred (AVE) sebesar > 0,5. Hasil tersebut telah memenuhi kriteria validitas konvergen dimana nilai Average Variance Extractred (AVE) > 0,5 sehingga indikator tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### Hasil Mengukur Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Cronbach's Alpha cenderung menaksir lebih rendah dibandingkan Composite Reliability. Interpretasi Composite Reliability sama dengan Cronbach Alpha. Nilai batas  $\geq 0,7$  dapat diterima dan nilai  $\geq 0,8$  sangat memuaskan. Ukuran lainnya dari convergent validity adalah nilai Average Variance Extracted (AVE), dapat dilihat pad table dibawah ini:

**Tabel 3 Hasil nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability (rho-a)**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho-a)
Indomaret (X1)	0,869	0,926
Alfamart (X2)	0,954	0,961
Pelayanan (Y)	0,957	0,960

Sumber: Hasil olah data SmartPLS3, 2024.

Hasil analisis pada tabel ini nilai Composite reliability seluruh konstruk juga telah melebihi > 0,7 hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memiliki Composite reliability dan Cronbach's alpha diatas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang dipersyaratkan.

### Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan untuk konstruk dependen, Stone-Geisser R-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari

koefisien parameter jalur struktural. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model variabel independent untuk menjelaskan variabel dependen.

### Nilai R. R-square

Dari hasil pengujian R Square dari variabel Behavior Intention dan Customer Experience, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. Hasil Pengujian R Square**

	R Square	R Square Adjusted
Kualitas Pelayanan (Y)	0,646	0,639

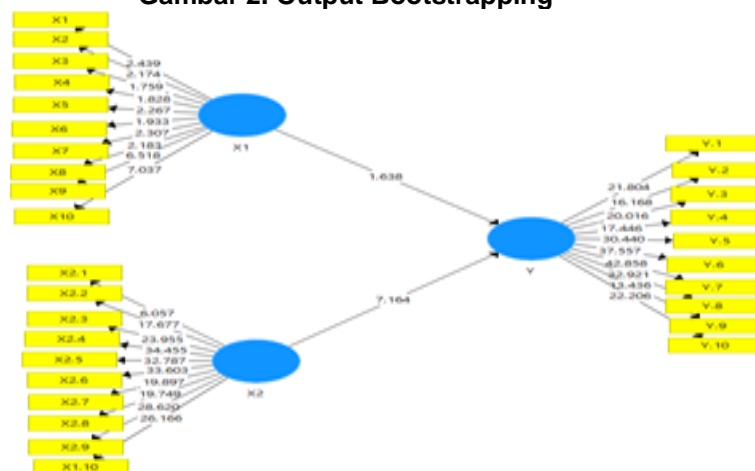
Hasil *Output SmartPLS*, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai R-Square dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,646, nilai tersebut artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan dengan variabel bebas sebesar 64,6%, dan sisanya 35,4% dari (100% - 64,6%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel, perlu dilakukan prosedur bootstrapping. Prosedur bootstrap menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. Bella dan Haryadi (2022). menyarankan number of bootstrap samples sebesar 5.000 dengan catatan jumlah tersebut harus lebih besar dari original sampel. Namun beberapa literatur (Chin, 2003;2010), menyarankan number of bootstrap samples sebesar 200-1000 sudah cukup untuk mengoreksi tandar error estimate PLS Ghozali & Latan (2015). Uji ini dilakukan dengan memilih menu calculate dan setelah itu akan tampil pilihan menu, lalu pilih bootstrapping, maka data yang diinginkan akan muncul. Berikut hasil uji data menggunakan bootstrapping.

**Gambar 2. Output Bootstrapping**



Sumber: Hasil Output SmartPLS, 2024

### Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian model hubungan struktural adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian. Pengujian model struktural dilakukan melalui uji menggunakan software PLS. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis secara langsung adalah output gambar maupun nilai yang terdapat pada output path coefficients. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis secara langsung adalah jika p-value < 0,05 (significance level= 5%) dan nilai T statistic > 1.66, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut penjelasan secara lengkap mengenai pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini terdapat 3 buah hipotesis yang akan dikembangkan. Nilai path coefficient menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor path coefficient yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua sisi (two-tailed) dan diatas 1,64 untuk hipotesis yang diuji dengan satu sisi (one-tailed). Dan sebuah hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila nilai probabilitas/signifikansi (P Value) <0,05.



**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Path Coeficients**

Hubungan	Original Sample	T Statistics	P Values
X1 -> Y	0,162	1,850	0,035
X2 -> Y	0,666	7,759	0,000

Sumber: Hasil Output SmartPLS, 2024.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh keterangan hasil pengujian hipotesis Komparasi Pelayanan Indomaret dan Alfamart di Tais Kecamatan Seluma, sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai original sample 0,162 (positif), nilai t-statistic 1,850 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu 0,035 < 0,05. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Indomaret Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma.
2. Hipotesis kedua menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai original sample 0,666 (positif), nilai t-statistic 7,759 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga H2 pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Alfamart Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma

### Uji Statistik F (Simultan)

Diketahui R Square yang telah didapat dari perhitungan sebelumnya yaitu 0,646 dengan variabel bebas (k) yaitu 2 (Indomaret dan Alfamart), total sampel (n) yang digunakan sejumlah 200 dan taraf signifikansi yang digunakan (a) 5%. Maka diperoleh Fhitung melalui rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 f &= \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)} \\
 f &= \frac{0,646 (200 - 2 - 1)}{2 (1 - 0,646)} \\
 &= \frac{0. 646 (197)}{2 (1 - 0,646)} \\
 &= \frac{127,262}{0, 708} \\
 &= 179,748
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pada perhitungan diatas diperoleh Fhitung 179,748 > Ftabel 2.65 yang artinya variabel Indomaret (X1), Alfamart (X2) dan Kualitas Pelayanan (Y) Muara Dalam Seluma secara simultan berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma

### Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil pengujian data objek penelitian. Hasil penelitian berikut memuat deskripsi dari hasil olah data objek penelitian, interpretasi dan juga dilengkapi dengan argumen yang penulis bangun dari landasan teori pada penelitian ini. Penjelasan lebih rinci akan penulis sampaikan tentang "Analisis Komparasi Pelayanan Indomaret dan Alfamart di Tais Kecamatan Seluma" adalah sebagai berikut: Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hipotesis pertama menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai original sample 0,162 (positif), nilai t-statistic 1,850 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu 0,035 < 0,05. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Indomaret Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan pada pada minimarket Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Dengan demikian, pelayanan Indomaret Muara Dalam Seluma di Tais Kecamatan Seluma merupakan serangkaian aktivitas oleh perusahaan kepada konsumen atas produk atau jasa untuk membantu memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hipotesis kedua menunjukkan hasil dari pengolahan data

diketahui bahwa nilai original sample 0,666 (positif), nilai t-statistic 7,759 (>1,96) dan nilai p values memenuhi syarat yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini diterima.

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Alfamart Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil Uji Mann Whitney U Test variabel Tangibel dan Reability ditemukan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada Indomaret dan Alfamart di tinjau dari kualitas layanan. Dengan demikian, pelayanan Alfamart Muara Dalam Seluma hakikatnya adalah serangkaian kegiatan pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, yang meliputi seluruh masyarakat di Tais Kecamatan Seluma. Berdasarkan hasil pada perhitungan diperoleh  $F_{hitung} 179,748 > F_{tabel} 2.65$  yang artinya variabel Indomaret ( $X_1$ ), Alfamart ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $Y$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma. Dengan demikian, pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan sehari baik di Indomaret dan Alfamart Muara Dalam Seluma di Tais Kecamatan Seluma.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini yang berjudul “Analisis Komparasi Pelayanan Indomaret dan Alfamart di Tais Kecamatan Seluma” memperoleh kesimpulan dari hasil uji beda atau perbandingan pada penelitian ini, yaitu: Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hipotesis pertama menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *original sample* 0,162 (positif), nilai *t-statistic* 1,850 (>1,96) dan nilai *p values* memenuhi syarat yaitu  $0,035 < 0,05$ . Sehingga  $H_1$  pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Indomaret Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan.

1. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka hipotesis kedua menunjukkan hasil dari pengolahan data diketahui bahwa nilai *original sample* 0,666 (positif), nilai *t-statistic* 7,759 (>1,96) dan nilai *p values* memenuhi syarat yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga  $H_2$  pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Alfamart Muara Dalam Seluma berpengaruh positif dan signifikan.
2. Berdasarkan hasil pada perhitungan diperoleh  $F_{hitung} 179,748 > F_{tabel} 2.65$  yang artinya variabel Indomaret ( $X_1$ ), Alfamart ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $Y$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan di Tais Kecamatan Seluma.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap, maka disarankan untuk lebih memperhatikan:

1. Indomaret perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar konsumen merasa nyaman dan terus melakukan pembelian.
2. Hendaknya pihak manajemen Indomaret meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menanggapi keluhan konsumen serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.
3. Alfamart sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang membeli produk.
4. Hendaknya pihak manajemen pada Alfamart memberikan pengertian kepada karyawannya dalam berperilaku dan bersikap ramah dalam melayani konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmawati. 2018. *Ragam teks pengetahuan dan penerapan*. Klaten: PT Intan Pariwara.
- Kasmir. 2020. *Analisis Laporan Keuangan.(Cetakan ke 5 ed.)* Jakarta: Rajawali Pers.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia tentang pelayanan.
- Sinambela . 2019. *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran Dan Implikasi Kinerja*. Depok: Rajawali Pers.
- Tjiptono dan Chandra. 2019. *Strategi pemasaran (4th ed.)*. Jakarta: Penerbit Andi Offset.