

**PENGARUH PROMOSI DAN KETERSEDIAAN PRODUK  
BEANSPOT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (STUDI  
KASUS ALFAMART VILLA CIOMAS 2)**

***THE EFFECT OF PROMOTION AND AVAILABILITY OF  
BEANSPOT PRODUCTS ON CUSTOMER SATISFACTION  
AT PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (ALFAMART  
VILLA CIOMAS 2 CASE STUDY)***

Oleh

**AZHAR IRHADI MAULANA  
61201021008771**

**SKRIPSI**



**JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK**

**2025**

**PENGARUH PROMOSI DAN KETERSEDIAAN PRODUK  
BEANSPOT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (STUDI  
KASUS ALFAMART VILLA CIOMAS 2)**

***THE EFFECT OF PROMOTION AND AVAILABILITY OF  
BEANSPOT PRODUCTS ON CUSTOMER SATISFACTION  
AT PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (ALFAMART  
VILLA CIOMAS 2 CASE STUDY)***

**Oleh**

**AZHAR IRHADI MAULANA  
61201021008771**

**SKRIPSI**

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 15 Juli 2025

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Jurusan**

**Mega Indah Edityawati, S.E., M.M.**  
NIDN/NUPTK: 0418028503

**Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.**  
NIDN/NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,

**Ketua  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI**

**Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.**  
NIDN/NUPTK: 2017065701

**PENGARUH PROMOSI DAN KETERSEDIAAN PRODUK  
BEANSPOT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (STUDI  
KASUS ALFAMART VILLA CIOMAS 2)**

***THE EFFECT OF PROMOTION AND AVAILABILITY OF  
BEANSPOT PRODUCTS ON CUSTOMER SATISFACTION  
AT PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA (ALFAMART  
VILLA CIOMAS 2 CASE STUDY)***

**Oleh**

**AZHAR IRHADI MAULANA  
61201021008771**

**SKRIPSI**

Telah di ujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 15 Juli 2025

**Ketua Penguji**

**Anggota Penguji**

**Jhonson Sitanggang, S.P., M.M.**  
NIDN/NUPTK: 0408077703

**Iman Hernawan, S.IP., M.M.**  
NIDN/NUPTK: 0419057905

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Manajemen**

**Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.**  
NIDN/NUPTK: 7048743644130093

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Azhar Irhadi Maulana

N I M : 61201021008771

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Ketersediaan Produk BeanSpot Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Villa Ciomas 2)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
  - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
  - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 15 Juli 2025

Azhar Irhadi Maulana

Nama Lengkap : Azhar Irhadi Maulana  
N I M : 61201021008771  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Ketersediaan Produk BeanSpot terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Villa Ciomas 2)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh promosi dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan BeanSpot di Alfamart Villa Ciomas 2. Metode kuantitatif digunakan dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner (100 responden), observasi, dan studi dokumentasi. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa: (1) promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $\beta=0.202$ ,  $p<0.05$ ); (2) ketersediaan produk memiliki pengaruh lebih kuat ( $\beta=0.527$ ,  $p<0.01$ ); dan (3) secara simultan keduanya menjelaskan 70% variasi kepuasan pelanggan ( $R^2=0.70$ ). Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara strategi promosi yang efektif dengan manajemen rantai pasok yang andal. Implikasi praktisnya, manajemen ritel perlu mengoptimalkan sistem pemantauan stok berbasis teknologi sekaligus merancang kampanye promosi yang tepat sasaran untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, manajemen persediaan, ritel modern, analisis regresi

### **ABSTRACT**

*This study examines the effect of promotion and product availability on customer satisfaction for BeanSpot products at Alfamart Villa Ciomas 2. A quantitative method with descriptive and associative approaches was employed. Data were collected through questionnaires (100 respondents), observation, and documentation. Multiple linear regression analysis revealed: (1) promotion significantly affects customer satisfaction ( $\beta=0.202$ ,  $p<0.05$ ); (2) product availability has a stronger influence ( $\beta=0.527$ ,  $p<0.01$ ); and (3) collectively they explain 70% of satisfaction variance ( $R^2=0.70$ ). The findings highlight the critical synergy between effective promotional strategies and reliable supply chain management. Practical implications suggest retailers should implement technology-based stock monitoring systems while designing targeted promotional campaigns to enhance shopping experiences.*

**Keywords:** Marketing strategy, inventory management, modern retail, regression analysis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian serta penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Penelitian yang berjudul *“Pengaruh Promosi dan Ketersediaan Produk Bean Spot terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Sumber Alfaria Trijaya (Studi Kasus Alfamart Villa Ciomas 2)”* ini disusun guna memenuhi persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Pemilihan judul ini didasarkan pada fenomena semakin berkembangnya industri ritel modern di Indonesia, di mana strategi promosi serta ketersediaan produk menjadi faktor penting dalam menjaga kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh promosi dan ketersediaan produk terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen Alfamart Villa Ciomas 2 dalam mengoptimalkan pelayanan mereka.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE, selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, yang senantiasa berupaya mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, atas bimbingan dan pengelolaan kampus yang baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang terus berusaha meningkatkan kualitas pendidikan di jurusan ini.
4. Ibu Mega Indah Edityawati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya di Jurusan Manajemen, yang telah dengan penuh dedikasi berbagi ilmu dan pengalaman kepada penulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
7. Ibunda tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan inspirasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak serta menjadi referensi yang berguna dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam strategi pemasaran di industri ritel. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga kita semua senantiasa diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 15 Juli 2025

Penulis

Azhar Irhadi Maulana

## DAFTAR ISI

|                                                                | Halaman  |
|----------------------------------------------------------------|----------|
| Lembar Judul Skripsi .....                                     | i        |
| Lembar Pengesahan Skripsi .....                                | ii       |
| Lembar Pengujian Skripsi .....                                 | iii      |
| Lembar Pernyataan.....                                         | iv       |
| Lembar Abstrak.....                                            | v        |
| Kata Pengantar .....                                           | vi       |
| Daftar Isi.....                                                | viii     |
| Daftar Tabel .....                                             | x        |
| Daftar Bagan/Gambar .....                                      | xi       |
| Daftar Lampiran .....                                          | xii      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                 | <b>1</b> |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                               | 1        |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                 | 3        |
| 1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah .....                        | 4        |
| 1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....                          | 4        |
| 1.5 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....                          | 4        |
| 1.5.1 Maksud Penelitian.....                                   | 4        |
| 1.5.2 Tujuan Penelitian .....                                  | 4        |
| 1.6 Sistematika Penulisan .....                                | 5        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                             | <b>6</b> |
| 2.1 Landasan Teori.....                                        | 6        |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran .....                                | 6        |
| 2.2 Promosi .....                                              | 7        |
| 2.2.1 Pengertian Promosi .....                                 | 7        |
| 2.2.2 Tujuan Promosi.....                                      | 7        |
| 2.2.3 Indikator Promosi .....                                  | 8        |
| 2.3 Ketersediaan Produk .....                                  | 9        |
| 2.3.1 Pengertian Ketersediaan Produk .....                     | 9        |
| 2.3.2 Manfaat Ketersediaan Produk.....                         | 9        |
| 2.3.3 Indikator Ketersediaan .....                             | 10       |
| 2.4 Kepuasan Pelanggan .....                                   | 10       |
| 2.4.1 Konsep Kepuasan Pelanggan .....                          | 11       |
| 2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ... | 12       |
| 2.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....                       | 13       |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                 | 14       |
| 2.6 Kerangka Penelitian .....                                  | 15       |



|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.7 Pengajuan Hipotesis.....                              | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....                        | 21 |
| 3.1 Desain, Dan Jenis Penelitian.....                     | 21 |
| 3.2 Objek, Jadwal Dan Lokasi Penelitian .....             | 22 |
| 3.3 Jenis Dan Data Sumber Penelitian .....                | 23 |
| 3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian .....                  | 24 |
| 3.5 Operasional Variabel .....                            | 25 |
| 3.5.1 Variabel Bebas .....                                | 25 |
| 3.5.2 Variabel Terikat .....                              | 26 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data.....                          | 28 |
| 3.7 Metode Pengolahan Dan Analisis Data .....             | 30 |
| 3.7.1 Skala Pengukuran Dan Angka Penafsiran .....         | 30 |
| 3.7.2 Persamaan Regresi Linear Berganda .....             | 31 |
| 3.7.3 Uji Kualitas Data .....                             | 32 |
| 3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....                              | 33 |
| 3.7.5 Uji Hipotesis .....                                 | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....               | 36 |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                | 36 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Responden Dan Lokasi Penelitian ..... | 36 |
| 4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....             | 36 |
| 4.1.3 Hasil Angka Penafsiran .....                        | 37 |
| 4.1.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....                | 38 |
| 4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....                              | 42 |
| 4.1.5.1 Uji Normalitas .....                              | 42 |
| 4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....                     | 43 |
| 4.1.5.3 Uji Multikolinearitas .....                       | 44 |
| 4.1.5.4 Uji Regresi Linier Berganda.....                  | 44 |
| 4.1.5.5 Uji Koefisien Determinasi .....                   | 46 |
| 4.1.6 Uji Hipotesis .....                                 | 47 |
| 4.1.6.1 Uji F .....                                       | 47 |
| 4.1.6.2 Uji T .....                                       | 48 |
| 4.2 Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Penelitian .....    | 48 |
| 4.2.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....                   | 48 |
| 4.2.2 Interpretasi Hasil Penelitian .....                 | 54 |
| BAB V PENUTUP.....                                        | 58 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                      | 58 |
| 5.2 Saran .....                                           | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                      | 61 |
| LAMPIRAN.....                                             | 63 |

## DAFTAR TABEL

|                                                               | Halaman |
|---------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                          | 16      |
| Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....                  | 23      |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....                 | 27      |
| Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....                               | 30      |
| Tabel 3.4 Angka Penafsiran .....                              | 31      |
| Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Promosi .....                | 38      |
| Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Ketersediaan Produk.....     | 39      |
| Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....      | 40      |
| Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....             | 41      |
| Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan Produk ..... | 41      |
| Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....  | 42      |
| Tabel 4.7 Uji Normalitas.....                                 | 42      |
| Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas .....                       | 43      |
| Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas .....                         | 44      |
| Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda .....                  | 44      |
| Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi .....                    | 46      |
| Tabel 4.12 Uji F .....                                        | 47      |
| Tabel 4.13 Uji T .....                                        | 48      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                              | Halaman |
|----------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian..... | 19      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                       | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 63      |
| Lampiran 2. Surat Balasan .....       | 68      |
| Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup..... | 69      |
| Lampiran 4. Hasil Cek Plagiasi.....   | 70      |
| Lampiran 5. Tabulasi Data.....        | 71      |
| Lampiran 6. Tabel Uji R .....         | 72      |
| Lampiran 7. Tabel Uji F .....         | 73      |
| Lampiran 8. Tabel Uji T.....          | 74      |
| Lampiran 9. Hasil Olah Data SPSS..... | 75      |
| Lampiran 10. Kartu Bimbingan .....    | 82      |