

ABSTRAK

NORA NAINGGOLAN, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN HYPERMART SUN PLAZA MEDAN". Dibawah Bimbingan (Drs. H Miftahuddin MBA, Sebagai Pembimbing I, dan Drs Ihaan Efendi, SE, MSi, Sebagai Pembimbing II).

Hypermart Sun Plaza Medan sebagai objek penelitian merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang retail yang didalam operasinya mengalami persaingan yang ketat dengan perusahaan retail yang lainnya, khususnya retail - retail yang berada di Kota Medan. Untuk menghadapi persaingan itu, kebijaksanaan pelayanan dan atmosfer dalam gerai yang tepat sangatlah dibutuhkan. Hal ini dilakukan dalam rangka menaikkan tingkat kepuasan pelanggan untuk berbelanja di hypermart tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap tingkat permintaan konsumen pada Hypermart sun plaza Medan dan untuk mengetahui cara pelayanan yang tepat agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap. Jenis penelitian ini adalah Penelitian *assosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang datang berbelanja di Hypermart Sun Plaza Medan yang berjumlah sekitar 100 orang, jadi pengambilan sampel yang penulis lakukan di Hypermart Sun Plaza Medan menggunakan Sampling aksidental merupakan bagian dari non probability sampling (Sugiyono, 2005 : 74) dari 100 kuisioner yang tersebar sebanyak 50 kuisioner diisi oleh pelanggan Hypermart Sun Plaza Medan. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisis Regresi linier berganda.

Dari perhitungan regresi linier ini dapat diketahui bahwa terdapat lima variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Atmosfer dalam gerai, Promosi, Pelayanan, Harga, produk) sebesar 85,1%. Dari uji hipotesis dimana F_{tabel} adalah lebih kecil dari F_{hitung} $88,695 > 2,19$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Atmosfer dalam gerai, Promosi, Pelayanan, Harga, produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Besarnya kontribusi variabel Atmosfer dalam gerai, Promosi, pelayanan, Harga, Produk 85,1%, sisanya 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang mempengaruhi tersebut diantaranya adalah emosional pelanggan yaitu adanya kepuasan pelanggan terhadap suatu merek tertentu.