

ABSTRAK

Ferdiansyah : Pengaruh Brand Image, Harga, dan Penerangan Jalan Umum Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Sekitar UIN Bandung.

Persaingan ritel modern yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor internal, seperti *brand image* dan harga, serta faktor eksternal berupa penerangan jalan umum yang dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman saat berbelanja di Alfamart sekitar UIN Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, harga, dan penerangan jalan umum terhadap kepuasan pelanggan pada Alfamart sekitar UIN Bandung, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) sebagai landasan teori yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja atau pengalaman yang diterima setelah melakukan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 175 responden dan dianalisis menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, harga, dan penerangan jalan umum berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 92%, yang berarti kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut sebesar 92%, sedangkan sisanya sebesar 8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek, semakin sesuai harga yang ditawarkan, dan semakin baik kondisi penerangan jalan umum di sekitar gerai, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan Alfamart sekitar UIN Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *brand image*, harga, dan penerangan jalan umum merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Alfamart sekitar UIN Bandung. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan citra merek yang positif, menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan, serta memperhatikan kondisi lingkungan sekitar gerai melalui dukungan terhadap penerangan jalan umum agar tercipta pengalaman berbelanja yang aman, nyaman, dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Penerangan Jalan Umum, Kepuasan Pelanggan.