

ABSTRAK

Temuan ini untuk mencari tahu bagaimana green marketing, keunggulan pelayanan, dan nilai mempengaruhi kesenangan konsumen di Alfamart Kedung Tarukan 2 di Surabaya. Banyak sampel 100 responden, populasi dari penelitian kuantitatif ini adalah pelanggan atau pelanggan Alfamart Kedung Tarukan 2 Surabaya. Pada akumulasi penelitian mengaplikasikan skala likert memakai 5 penilaian dan untuk mengukur 32 item pernyataan. Data diambil dengan mengaplikasikan teknik jenis *Incidental Sampling*. Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS (Statistical Software for Social Science) merupakan teknik analisis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Menurut penelitian, sementara pemasaran hijau memiliki pengaruh yang baik tetapi tidak signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan, dan Price berdampak baik dan signifikan secara statistik.

Kata Kunci : Green Marketing, Kualitas Pelanggan,
Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study sought to determine how customer satisfaction at Alfamart Kedung Tarukan 2 in Surabaya was impacted by green marketing, service quality, and price. The population of this quantitative study is the clientele or clientele of Alfamart Kedung Tarukan 2 Surabaya, with a total sample size of 100 respondents. In the accumulation of research applying a Likert scale using 5 assessments and to measure 32 item statements. Data was taken by applying the Incidental Sampling type technique. Data analysis that can be The SPSS (Statistical Package for Social Science) application was used in this study's multiple linear regression analysis. The results of the study showed that Green Marketing had a positive but not statistically significant effect on client satisfaction., Service Quality had a favorable and statistically significant impact, and Pricing had a favorable and statistically significant impact..

Keywords: Green Marketing, Customer Quality, Price, Customer Satisfaction