

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian Pengaruh Green Marketing,
Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
Studi Kasus Alfamart Kedung Tarukan 2 Surabaya

Kepada

Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Responden

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen, yang sedang mengadakan penelitian dalam pembuatan skripsi. Oleh sebab itu, saya memohon bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i Responden untuk mengisi beberapa pertanyaan kuesioner ini guna melengkapi pengumpulan data.

Saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i Responden untuk memberikan jawaban pada kuesioner secara jujur dan adanya, untuk identitas dan informasi dari responden akan dirahasiakan peneliti dan tidak akan mempengaruhi posisi ataupun jabatan Bapak/Ibu/Saudara/i.

Demikian pernyataan ini saya buat, atas perhatian saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya
Peneliti,

Evelyn Agus Priyanto

A. IDENTITAS

RESPONDEN Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

- 7-12
- 12-18
- 18-25
- >25 tahun keatas

B. PETUNJUK PENGISIAN

- 1) Jawablah Pertanyaan dibawah ini sesuai dengan pendapat Anda.
- 2) Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda centang pada kolom yang tersedia dengan kriteria penilaian kuisioner yaitu:

1 = Sangat Tidak

Setuju 2 = Tidak

Setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

PERTANYAAN

Green Marketing

- 2.4.2.1 Anda sering menggunakan kantong plastik saat berbelanja di supermarket
- 2.4.2.2 Anda setuju dan merasa nyaman dengan pengurangan penggunaan kantong plastik di supermarket
- 2.4.2.3 Anda setuju dan bersedia membayar lebih untuk produk yang dikemas dengan alternatif pengganti kantong plastik dengan kantong berbahan kertas
- 2.4.2.4 Anda setuju membawa tas belanja sendiri saat berbelanja di supermarket
- 2.4.2.5 Anda setuju tentang upaya pengurangan penggunaan kantong plastik di supermarket
- 2.4.2.6 Anda setuju bahwa pengurangan penggunaan kantong plastik akan berdampak positif pada lingkungan
- 2.4.2.7 Anda setuju bahwa penggunaan kantong plastik memiliki dampak negatif pada lingkungan
- 2.4.2.8 Anda setuju bahwa berpartisipasi dalam pengurangan penggunaan kantong plastik di supermarket merupakan tanggung jawab Bersama

Kualitas Pelayanan

1. Anda setuju dan merasa kualitas pelayanan pada toko Alfamart ini memuaskan

2. Anda merasa nyaman saat pelayanan kasir sering menanyakan perihal member kepada anda
3. Pelayan toko dengan cepat membantu anda ketika membutuhkan bantuan
4. Pelayanan toko dalam memberikan informasi tentang suatu produk secara singkat dan jelas
5. Anda merasa pelayan toko memperlakukan anda dengan adil dan sopan
6. Anda merasa pelayan toko memberikan solusi atas masalah anda
7. Anda merasa pelayan toko memakai seragam dengan rapi
8. Anda akan merekomendasikan kualitas pelayanan ini kepada orang lain

Harga


1. Harga produk mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli
2. Anda merasa puas dengan harga produk yang anda beli
3. Anda merasa harga produk di Alfamart ini terjangkau
4. Anda sering menemukan diskon atau promosi harga yang menarik
5. Anda membandingkan harga produk dengan supermarket lain
6. Anda merasa harga pada supermarket ini lebih murah dibandingkan dengan supermarket lain
7. Anda merasa harga produk di supermarket ini

- sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan
8. Anda merekomendasikan Alfamart ini kepada orang lain berdasarkan harga yang ditawarkan

Kepuasan Pelanggan

1. Anda sangat senang ketika anda diberi salam hangat saat datang berbelanja di Alfamart
2. Akses lokasi Alfamart ini sangat mudah dijangkau
3. Akses parkir untuk lokasi supermarket ini cukup luas
4. Variatif produk yang tersedia di supermarket ini sangat lengkap
5. Pendingin ruangan pada supermarket ini sangat dingin
6. Fasilitas kamar mandi dan kebersihan pada supermarket ini sangat bersih
7. Transaksi pembayaran ke kasir tanpa menunggu antri lama
8. Anda merasa puas dengan sikap perlakuan pelayan toko di supermarket ini

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian

**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XI/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>


Nomor : 2272.10² /01/FEB/II/2023
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Mohammad Suryanto
Jl. Kedungtarukan No.2-4, Tambak Sari
di-
Surabaya

Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Evelyn Agus Priyanto
NIM : 191500232
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Green Marketing, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Alfamart Kedungtarukan 2 Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 01 Februari 2023
D e k a n

Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
NPP : 0709494/DY

Lampiran 3: Surat Balasan Penelitian

PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk

Branch Sidoarjo : Jl. Raya Sukodono 45, RT.09/RW.03 Kel. Keboan Sikep, Kec. Gedangan - Sidoarjo

SURAT KETERANGAN 001/OPR/SAT-SDJ-Ref/03-23

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Cholid Firmansyah
Jabatan : Area Coordinator
Perusahaan : PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk
Cabang : Sidoarjo

Dengan ini menerangkan bahwa :

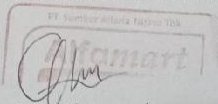
Nama : Evelyn Agus Priyanto
Nim : 191500232
Pendidikan : S1 Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah melakukan Penelitian/Riset pada Alfamart Kedungtarukan 2 terhitung mulai 01 Februari 2023 sampai 01 Maret 2023 dalam rangka Penyelesaian tugas akhir yang berjudul :

“Pengaruh Green Marketing, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Alfamart Kedungtarukan 2 Surabaya”

Demikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidoarjo, 03 Maret 2023
PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk



M. Cholid Firmansyah
Area Coordinator

Lampiran 4 :

Tabel 4.7
Rekapitulasi Data Penelitian Variabel X dan Y

RESPONDEN	X1	X2	X3	Y
RES_1	35	32	32	32
RES_2	36	29	27	29
RES_3	30	27	24	24
RES_4	36	40	32	40
RES_5	42	29	22	26
RES_6	35	28	27	31
RES_7	40	32	32	32
RES_8	35	32	30	25
RES_9	37	36	37	34
RES_10	45	40	40	40
RES_11	24	28	17	27
RES_12	45	40	39	40
RES_13	42	34	30	32
RES_14	34	31	31	32
RES_15	27	32	31	33
RES_16	43	39	30	39
RES_17	32	32	37	33
RES_18	42	28	26	32
RES_19	36	33	30	30
RES_20	31	33	33	33
RES_21	32	31	25	25
RES_22	45	38	33	36
RES_23	39	32	29	31
RES_24	37	28	30	28

RES_25	40	32	24	33
RES_26	28	32	29	32
RES_27	41	38	38	39
RES_28	40	36	36	33
RES_29	45	40	40	40
RES_30	40	33	32	35
RES_31	31	32	32	32
RES_32	45	40	36	39
RES_33	38	37	32	31
RES_34	33	23	24	30
RES_35	27	24	23	24
RES_36	39	36	38	39
RES_37	39	32	31	29
RES_38	41	40	35	34
RES_39	38	32	31	31
RES_40	31	30	27	29
RES_41	40	29	30	31
RES_42	32	32	32	32
RES_43	42	33	37	33
RES_44	36	32	32	35
RES_45	37	32	26	30
RES_46	40	30	28	23
RES_47	30	39	40	40
RES_48	40	29	40	40
RES_49	42	38	31	36
RES_50	33	36	28	30
RES_51	36	35	33	32
RES_52	43	32	37	40
RES_53	37	34	33	34
RES_54	37	31	27	30

RES_55	30	31	32	33
RES_56	43	40	40	40
RES_57	40	40	40	40
RES_58	39	36	36	37
RES_59	40	39	38	40
RES_60	40	36	34	36
RES_61	43	37	37	38
RES_62	36	40	40	40
RES_63	31	40	36	38
RES_64	17	24	24	24
RES_65	43	28	30	28
RES_66	42	24	26	28
RES_67	34	34	30	40
RES_68	28	28	23	29
RES_69	42	29	28	31
RES_70	44	32	32	32
RES_71	37	32	32	32
RES_72	43	40	35	39
RES_73	39	33	34	37
RES_74	33	25	29	29
RES_75	31	31	26	30
RES_76	41	32	32	27
RES_77	36	33	33	31
RES_78	33	32	28	32
RES_79	40	29	26	34
RES_80	44	31	34	35
RES_81	37	32	30	30
RES_82	39	40	32	37
RES_83	43	35	32	35
RES_84	38	30	30	32

RES_85	40	34	29	33
RES_86	39	32	33	32
RES_87	33	26	25	27
RES_88	40	32	27	32
RES_89	41	32	32	33
RES_90	40	31	29	32
RES_91	20	29	30	32
RES_92	39	33	32	34
RES_93	37	32	32	34
RES_94	31	32	33	33
RES_95	38	30	22	35
RES_96	25	32	31	34
RES_97	33	29	33	33
RES_98	29	32	32	34
RES_99	36	32	32	34
RES_100	34	39	36	39
RES_101	34	40	33	36
RES_102	33	27	27	31
RES_103	42	35	31	35
RES_104	32	32	31	32
RES_105	26	32	32	30
RES_106	34	30	29	32
RES_107	38	31	28	33
RES_108	42	29	32	35
RES_109	41	37	29	40
RES_110	40	30	31	32
RES_111	39	34	34	34
RES_112	38	27	27	31

Indikator menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi alat

ukur dalam kualitas layanan (SERVQUAL), yaitu:

a. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

b. Keresponsifan (Responsiveness), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

c. Jaminan (Assurance), atau kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

d. Bukti fisik (Tangibles), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada

pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

e. *Empathi* (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.²