

# Eksplorasi Pengalaman Pelanggan Dalam Menilai Kualitas Layanan di Indomaret Kecamatan Mandau

Andre Fauzi<sup>1</sup>, Asep Mulyana<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Universitas Terbuka

<sup>2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nurtanio Bandung

Email : andrefauzi2104@gmail.com<sup>1</sup> , asepdiumulyana@gmail.com<sup>2</sup>✉

✉Penulis Korespondensi

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman pelanggan dalam menilai kualitas layanan di Indomaret Jl. Lintas Sumatra, Gajah Sakti, Kec. Mandau, Kabupaten Bengkalis, Riau dan implikasinya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Jumlah responden terdiri dari 15 pelanggan tetap yang sering berbelanja di Indomaret Kecamatan Mandau. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti kecepatan layanan, kebersihan toko, ketersediaan produk, serta interaksi dengan karyawan sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya perhatian lebih terhadap pelatihan karyawan, manajemen stok barang, dan upaya menjaga kebersihan toko untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan kepuasan mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di toko retail seperti Indomaret.

**Kata Kunci** : Indomaret, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Toko Retail.

**Abstract** This study aims to explore customer experiences in assessing service quality at Indomaret Jl. Lintas Sumatra, Gajah Sakti, Mandau District, Bengkalis Regency, Riau and its implications for customer satisfaction. This study uses a qualitative approach with in-depth interviews as the data collection method. The number of respondents consists of 15 regular customers who often shop at Indomaret in Mandau District. The research findings show that aspects such as service speed, store cleanliness, product availability, and interaction with employees greatly influence customer perceptions of service quality. The implication of this research is the need for more attention to employee training, stock management, and efforts to keep the store clean to improve customer experience and satisfaction. Thus, this study contributes  
**Keywords** : Indomaret, Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Experience, Retail Stores

## 1. PENDAHULUAN

Pengalaman pelanggan adalah segala hal yang dirasakan, dialami, dan dihayati oleh pelanggan selama berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Ini meliputi semua aspek mulai dari kontak pertama dengan produk atau layanan hingga pengalaman pasca-pembelian (Sutanto, B., 2019). Pengalaman pelanggan tidak hanya mencakup apa yang terjadi secara fisik atau fungsional, tetapi juga mencakup aspek emosional dan persepsi yang muncul dari interaksi tersebut (Setiawan, R. D., 2019).

Cahyadi dan Suryadi (2019) menekankan bahwa pengalaman pelanggan tidak hanya tentang apa yang terjadi secara objektif, tetapi juga tentang bagaimana pelanggan merasakan dan

menafsirkan interaksi tersebut secara subjektif. Ini mencakup perasaan, emosi, dan persepsi yang timbul selama dan setelah interaksi dengan produk atau layanan. Sebagai contoh, pelanggan mungkin merasa senang, puas, frustrasi, atau kecewa tergantung pada bagaimana interaksi itu memengaruhi mereka secara emosional dan mental. Pentingnya pengalaman pelanggan terletak pada dampaknya terhadap perilaku pelanggan. Pengalaman pelanggan yang positif cenderung meningkatkan loyalitas pelanggan, menghasilkan rekomendasi positif, dan membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan merek atau perusahaan (Kusumawardhani dan Widayanto, 2019). Sebaliknya, pengalaman pelanggan yang negatif dapat menyebabkan kehilangan pelanggan, reputasi buruk, dan dampak negatif lainnya pada bisnis.

Oleh karena itu, perusahaan harus secara aktif berusaha untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dengan memperhatikan setiap tahap interaksi pelanggan dengan produk atau layanan mereka. Hal ini dapat mencakup memperbaiki proses layanan pelanggan, meningkatkan kualitas produk, menciptakan lingkungan yang nyaman, dan berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan mereka (Tjiptono dan Chandra, 2019). Dengan demikian, fokus pada pengalaman pelanggan dapat menjadi strategi penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Kualitas layanan adalah aspek penting dalam bisnis yang mengukur sejauh mana suatu layanan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Abdullah dan Rahman, 2019). Ini tidak hanya berkaitan dengan produk atau jasa itu sendiri, tetapi juga dengan pengalaman keseluruhan pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan. Model SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, & Berry pada tahun 1988, adalah salah satu alat yang paling umum digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Aditya dan Anugerah, 2020). Pertama, Keandalan. Ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan. Pelanggan ingin yakin bahwa layanan akan diberikan dengan benar dan tanpa kesalahan. Kedua, Daya Tanggap. Dimensi ini mencakup seberapa cepat perusahaan merespons permintaan, pertanyaan, atau masalah pelanggan. Pelanggan menghargai respons yang cepat dan efisien dari perusahaan. Ketiga, Jaminan. Ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan rasa percaya kepada pelanggan melalui jaminan, keandalan, dan keamanan dalam layanan yang diberikan. Keempat, Empati. Ini melibatkan kemampuan perusahaan untuk memahami dan merespons kebutuhan, masalah, dan keinginan pelanggan dengan cara yang personal dan peduli. Ini sering kali melibatkan interaksi antara karyawan perusahaan dan pelanggan. Terakhir, Bukti Fisik. Ini merujuk pada elemen-elemen fisik atau tangibles yang menyertainya dalam penyediaan layanan, seperti fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf. Bukti fisik ini dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan.

Meningkatkan kualitas layanan dapat memiliki dampak positif yang signifikan, termasuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan bahkan menarik pelanggan baru (Wulandari, 2019). Kualitas layanan yang baik juga dapat memperkuat hubungan bisnis jangka panjang dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menghasilkan rekomendasi positif dari pelanggan kepada orang lain. Dengan demikian, fokus pada meningkatkan kualitas layanan adalah strategi penting bagi keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan.

Penilaian kualitas layanan oleh pelanggan merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah kriteria yang digunakan oleh pelanggan untuk mengevaluasi pengalaman mereka dengan suatu layanan. Beberapa kriteria umum meliputi kecepatan layanan, keramahan karyawan, ketersediaan produk, dan kebersihan lingkungan (Simamora dan Lubis, 2019). Menurut Prawirosentono, S. (2019), ada dua faktor penting yang memengaruhi bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan. Pertama adalah harapan mereka sebelum berinteraksi dengan layanan. Harapan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti iklan, rekomendasi dari teman atau keluarga, atau pengalaman sebelumnya dengan merek atau perusahaan tersebut. Harapan yang realistis dan sesuai dengan apa yang sebenarnya diberikan oleh layanan dapat memengaruhi bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan tersebut.

Faktor kedua adalah pengalaman sebelumnya dengan merek atau perusahaan tersebut. Pengalaman sebelumnya yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan suatu perusahaan. Sebuah pengalaman positif mungkin membuat pelanggan lebih cenderung untuk memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas layanan di masa depan, sementara pengalaman negatif bisa membuat mereka lebih kritis atau bahkan menghindari perusahaan tersebut. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat berupaya untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan serta memberikan pengalaman yang positif secara konsisten untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan merujuk pada interaksi dan kesan yang dirasakan oleh pelanggan selama menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan.

Pengalaman positif pelanggan cenderung meningkatkan penilaian mereka terhadap kualitas layanan yang diterima. Misalnya, pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat menciptakan kesan yang baik bagi pelanggan, yang kemudian dapat meningkatkan kepuasan mereka. Sebaliknya, pengalaman negatif pelanggan dapat mengurangi kepuasan mereka dan memengaruhi loyalitas terhadap merek atau perusahaan. Contohnya, pelayanan yang lambat, tidak responsif, atau kurang ramah dapat menciptakan kesan negatif yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan mungkin mencari alternatif lain. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan pengalaman pelanggan karena pengalaman tersebut dapat berdampak langsung pada persepsi kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas terhadap merek atau perusahaan. Dengan memahami landasan teori ini, penelitian ini akan menjelajahi bagaimana pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di toko tersebut.

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan pelanggan menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Indomaret, sebagai salah satu peritel terkemuka di Indonesia, terus berupaya meningkatkan kualitas layanannya guna memenuhi ekspektasi pelanggan. Namun, dalam upaya memahami dinamika pengalaman pelanggan dan menilai kualitas layanan, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang persepsi dan kebutuhan pelanggan itu sendiri. Penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya pengalaman pelanggan dalam menentukan kesuksesan sebuah bisnis. Hasil riset terdahulu menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan, dan bahkan menghasilkan rekomendasi positif kepada orang lain. Namun, fenomena yang terjadi di Indomaret Kecamatan Mandau belum sepenuhnya dieksplorasi, terutama dalam konteks pengalaman pelanggan dan evaluasi kualitas layanan. Dalam konteks penelitian ini, terdapat sejumlah pertanyaan yang perlu dijawab. Bagaimana pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau? Bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan yang mereka terima? Apa faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di Indomaret tersebut?

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengalaman pelanggan dalam menilai kualitas layanan di Indomaret Kecamatan Mandau. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di toko tersebut. Penulisan karya ilmiah ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan, baik bagi manajemen Indomaret Kecamatan Mandau maupun bagi peneliti dan praktisi di bidang pemasaran dan manajemen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dalam meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan pada gilirannya, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi yang berarti dalam pemahaman tentang kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di sektor ritel, khususnya di lingkungan Indomaret Kecamatan Mandau.



**Gambar 1.** Kerangka Berpikir

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi pengalaman pelanggan dalam menilai kualitas layanan di Indomaret Kecamatan Mandau. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Metode studi kasus dipilih karena fokus pada kasus spesifik yang ingin dipelajari, yaitu pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau.

Partisipan penelitian ini terdiri dari pelanggan tetap yang sering berbelanja di Indomaret Kecamatan Mandau. Partisipan dipilih secara purposive untuk memastikan pengetahuan dan pengalaman mereka dalam konteks layanan Indomaret Kecamatan Mandau. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelanggan yang relevan. Wawancara mendalam memberikan kesempatan untuk memperoleh pandangan dan pengalaman yang mendalam tentang pengalaman pelanggan dan penilaian mereka terhadap kualitas layanan di Indomaret tersebut. Selain wawancara, observasi lapangan juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau. Observasi lapangan memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung interaksi antara pelanggan dan layanan di toko tersebut. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan tematik (Prasetyo, H. S., 2020). Analisis akan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data wawancara dan observasi lapangan, dan tema-tema ini akan dihubungkan dengan teori-teori terkait serta penemuan hasil riset terdahulu (Sugiyono, 2019).

Manfaat dari penulisan karya ilmiah ini antara lain adalah memberikan kontribusi pada literatur tentang pengalaman pelanggan dan kualitas layanan di sektor ritel, memberikan informasi yang berharga bagi manajemen Indomaret Kecamatan Mandau, dan menyumbangkan pemahaman yang lebih baik tentang kualitas layanan di toko-toko serupa di sektor ritel. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai penting dalam meningkatkan pemahaman tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau dan sektor ritel secara keseluruhan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dalam menilai kualitas layanan di Indomaret Kecamatan Mandau dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti kecepatan layanan,

kebersihan toko, ketersediaan produk, serta interaksi dengan karyawan. Berikut ini adalah pembahasan mengenai temuan-temuan penting dalam penelitian ini:

Pertama, kecepatan layanan menjadi faktor yang sangat penting bagi pelanggan. Pelanggan menilai kualitas layanan berdasarkan kecepatan proses transaksi dan responsivitas karyawan kasir. Pelanggan: "Saya biasanya lebih senang belanja di Indomaret ini karena transaksinya cepat banget. Begitu masuk, langsung prosesnya. Apalagi karyawan-karyawannya juga responsif, jadi kalau ada yang perlu ditanyain langsung dijawab. Bikin belanja jadi lebih nyaman." Responden secara konsisten menyatakan bahwa kecepatan layanan menjadi faktor yang sangat penting bagi mereka. Ini menunjukkan bahwa kecepatan proses transaksi memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kecepatan layanan adalah salah satu aspek yang paling berpengaruh dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Pelanggan: "Kalau ditanya kenapa sering belanja di Indomaret ini, ya karena saya suka banget sama kecepatan layanannya. Meskipun rame, tapi transaksinya tetap lancar dan gak perlu nunggu lama. Kasir-kasirnya juga ramah, responsif, jadi semakin betah belanja di sini." Dari pernyataan responden, terlihat bahwa kecepatan layanan yang tinggi di Indomaret Kecamatan Mandau berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa lebih nyaman dan betah berbelanja di sana karena proses transaksi yang cepat dan efisien. Hal ini menegaskan pentingnya menjaga kecepatan layanan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas. Pelanggan: "Saya senang belanja di Indomaret Kecamatan Mandau karena pelayanannya yang cepat. Udah kayak jadi kebiasaan, masuk langsung ambil barang, bayar, selesai. Kasirnya juga gak pelit senyum, kalo ada yang bantuin pasti dibantu dengan ramah. Jadi betah belanja di sini." Selain kecepatan layanan, responsivitas karyawan juga menjadi faktor penting yang disoroti oleh responden. Mereka mengapresiasi karyawan kasir yang responsif dan ramah dalam memberikan pelayanan. Responsivitas ini mencakup kemampuan karyawan untuk dengan cepat memberikan jawaban atau bantuan ketika diperlukan oleh pelanggan.

Responsivitas yang tinggi juga dapat memperkuat hubungan antara pelanggan dan merek, meningkatkan kepercayaan, dan membangun citra positif. Meskipun tidak secara eksplisit disebutkan dalam pernyataan responden, dapat diasumsikan bahwa faktor-faktor lingkungan fisik dan psikologis juga memainkan peran penting dalam pengalaman pelanggan. Indomaret Kecamatan Mandau mungkin memiliki lingkungan yang ramah dan nyaman, yang juga berkontribusi pada kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Dari pernyataan responden, terlihat bahwa mereka menghargai konsistensi dalam pelayanan. Meskipun toko mungkin ramai, proses transaksi tetap berjalan lancar dan tidak memerlukan waktu yang lama. Ini menunjukkan pentingnya konsistensi dalam menjaga standar pelayanan, terutama di tengah situasi yang mungkin berubah, seperti lonjakan jumlah pelanggan atau situasi yang tidak terduga lainnya.

Selain itu, kebersihan toko juga menjadi aspek yang signifikan dalam pengalaman pelanggan. Pelanggan cenderung memberikan penilaian positif terhadap toko yang bersih dan rapi, karena hal ini memberikan kesan profesionalisme dan kenyamanan. Pelanggan: "Saya suka belanja di Indomaret Kecamatan Mandau karena selalu bersih dan rapi. Saya merasa nyaman dan seperti berada di toko yang profesional. Itu membuat saya senang untuk terus berbelanja di sana." Responden menyatakan bahwa kebersihan toko memberikan kesan profesionalisme. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyebutkan bahwa pelanggan cenderung memberikan penilaian positif terhadap toko yang bersih dan rapi karena hal tersebut mencerminkan tingkat profesionalisme dari pengelola toko.

Pelanggan: "Biasanya saya sering mampir ke Indomaret Kecamatan Mandau karena toko mereka selalu terjaga kebersihannya. Saya jadi merasa lebih nyaman saat berbelanja. Pokoknya, nyaman deh!" Responden menyatakan bahwa kebersihan toko membuat mereka merasa nyaman saat berbelanja. Ini sesuai dengan temuan bahwa kebersihan toko memberikan kesan kenyamanan kepada pelanggan. Ketika pelanggan merasa nyaman, mereka cenderung akan memiliki

pengalaman berbelanja yang lebih positif dan mungkin akan kembali lagi ke toko tersebut di masa mendatang.

Pelanggan: “Kalau soal belanja, saya pilih Indomaret Kecamatan Mandau karena tempatnya bersih dan tertata dengan baik. Jadi, saya merasa puas dan betah berlama-lama di sana. Mereka memang mengutamakan kebersihan, dan itu terasa banget bagi saya sebagai pelanggan tetap.” Dalam pernyataannya, responden menyatakan bahwa kebersihan toko menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk memilih berbelanja di Indomaret Kecamatan Mandau. Ini menunjukkan bahwa kebersihan toko bukan hanya memberikan kesan positif, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Sebagian responden mengungkapkan bahwa mereka sadar akan kebersihan toko dan mengapresiasi upaya Indomaret Kecamatan Mandau dalam menjaga kebersihan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pengelola toko untuk menjaga kebersihan tidak hanya dilihat, tetapi juga dihargai oleh pelanggan. Dengan demikian, pernyataan dari para responden tersebut dapat dijadikan sebagai bukti konkret bahwa kebersihan toko memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengalaman pelanggan, sesuai dengan temuan dalam penelitian. Oleh karena itu, penting bagi pengelola toko untuk menjaga kebersihan dan kerapian toko guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang memengaruhi pengalaman pelanggan adalah ketersediaan produk. Pelanggan mengharapkan toko menyediakan beragam produk dengan stok yang memadai, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan belanja mereka dengan mudah. Pelanggan: “Saya suka belanja di Indomaret ini karena selalu ada barang yang saya butuhkan. Jadi, kalau lagi kepepet atau butuh sesuatu mendadak, gak perlu jauh-jauh cari tempat lain. Produknya juga cukup lengkap dan stoknya banyak, jadi gak perlu khawatir kehabisan.” Responden menyatakan bahwa mereka menyukai kemudahan akses ke produk yang mereka butuhkan di Indomaret tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk yang memadai membuat proses belanja menjadi lebih efisien dan tidak memakan banyak waktu. Dengan demikian, faktor ketersediaan produk secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan melalui kemudahan akses.

Pelanggan: “Kalau saya seneng belanja di Indomaret Kecamatan Mandau. Alasannya karena barang yang saya cari biasanya ada di sana dan gak perlu lama-lama nyari di tempat lain. Stoknya juga stabil, jadi jarang banget kehabisan. Buat saya, itu bikin belanja jadi lebih nyaman.” Pelanggan juga menyebutkan bahwa stok produk di Indomaret Kecamatan Mandau stabil, yang artinya mereka jarang mengalami kehabisan barang. Stabilitas stok menjadi faktor penting dalam memastikan kepuasan pelanggan, karena pelanggan tidak ingin kecewa ketika barang yang mereka butuhkan tidak tersedia. Dengan stok yang stabil, pelanggan dapat merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam berbelanja.

Pelanggan: “Biasanya saya selalu ke Indomaret Kecamatan Mandau buat belanja kebutuhan sehari-hari. Enaknya, barang yang saya butuhin pasti ada di sana. Jadi, gak perlu muter-muter ke toko lain. Dan yang penting, stoknya cukup lengkap, jadi gak perlu takut kehabisan. Jadi, ya, puas deh belanja di sana.” Meskipun tidak disebutkan secara eksplisit, tetapi pernyataan menyiratkan bahwa pelanggan mengharapkan toko menyediakan beragam produk. Hal ini sesuai dengan harapan umum pelanggan terhadap toko ritel, bahwa mereka ingin memiliki pilihan yang banyak dalam satu tempat belanja. Ketersediaan produk yang beragam dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan belanja yang beragam pula. Keseluruhan pernyataan menunjukkan bahwa ketersediaan produk yang memadai dan stok yang stabil memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan pengalaman berbelanja di Indomaret tersebut karena mereka dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka butuhkan tanpa harus mencarinya di tempat lain, serta jarang mengalami kehabisan stok. Dengan demikian, dari pernyataan responden di atas, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan produk dan stabilitas stok di Indomaret Kecamatan Mandau memainkan peran yang penting dalam memengaruhi pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka dalam berbelanja.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya kecepatan layanan, kebersihan lingkungan, dan ketersediaan produk dalam menentukan kualitas layanan dan

kepuasan pelanggan. Fenomena ini juga mencerminkan tantangan umum yang dihadapi oleh peritel dalam menjaga kualitas layanan di tengah persaingan pasar yang ketat. Pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau menjadi jelas. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, manajemen toko dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya fokus pada peningkatan kecepatan layanan, menjaga kebersihan toko, dan memastikan ketersediaan produk yang memadai. Langkah-langkah ini dapat membantu Indomaret Kecamatan Mandau untuk memperbaiki kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penulisan karya ilmiah ini memberikan manfaat yang signifikan bagi manajemen Indomaret Kecamatan Mandau dan sektor ritel secara umum. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan, manajemen toko dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperbaiki kepuasan pelanggan. Selain itu, penulisan karya ilmiah ini juga memberikan kontribusi pada literatur tentang kualitas layanan dan pengalaman pelanggan di sektor ritel. Dengan demikian, penulisan karya ilmiah ini memiliki nilai penting dalam meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau dan sektor ritel secara keseluruhan.

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan dalam menilai kualitas layanan di Indomaret Kecamatan Mandau dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kecepatan layanan, kebersihan toko, dan ketersediaan produk. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya faktor-faktor tersebut dalam menentukan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa ada beberapa perbedaan pandangan dari riset sebelumnya terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pelanggan. Misalnya, beberapa penelitian sebelumnya mungkin menekankan lebih pada aspek-aspek lain seperti harga atau promosi, sedangkan penelitian ini menyoroti faktor-faktor yang lebih berkaitan langsung dengan pengalaman pelanggan di toko.

##### **SARAN**

Berdasarkan simpulan, beberapa saran dapat diajukan untuk manajemen Indomaret Kecamatan Mandau dan sektor ritel secara umum. Pertama, manajemen toko perlu meningkatkan fokus pada kecepatan layanan dengan memperbaiki proses transaksi dan responsivitas karyawan. Kedua, perlu dilakukan upaya untuk menjaga kebersihan toko secara konsisten guna menciptakan lingkungan yang nyaman bagi pelanggan. Ketiga, manajemen toko harus memastikan ketersediaan produk yang memadai untuk memenuhi kebutuhan belanja pelanggan.

Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggali lebih dalam tentang faktor-faktor lain yang mungkin juga memengaruhi pengalaman pelanggan di Indomaret Kecamatan Mandau, seperti harga, promosi, atau pelayanan tambahan lainnya. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pengalaman pelanggan di toko tersebut. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan manajemen Indomaret Kecamatan Mandau dapat meningkatkan kualitas layanan dan memperbaiki kepuasan pelanggan, serta memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang pemasaran dan manajemen ritel.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, H., & Rahman, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Pelanggan pada Industri Retail di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 210-225.

- Aditya, W., & Anugerah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan di Surabaya Menggunakan Model Servqual. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 32-41.
- Cahyadi, R., & Suryadi, B. (2019). Customer Satisfaction and Emotional Engagement: A Study in Indonesian E-commerce Industry. *International Journal of Retailing and Consumer Services*, 26(4), 358-371.
- Kusumawardhani, R., & Widayanto, I. (2019). Dampak Pengalaman Pelanggan Terhadap Citra Merek: Studi Kasus pada Industri Retail Fashion di Jakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 123-136.
- Prasetyo, H. S. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Studi Kasus*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Prawirosentono, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, R. D. (2019). *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Simamora, B., & Lubis, A. (2019). *Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, B. (2019). *Memahami Pelanggan: Strategi Mengoptimalkan Pengalaman Pelanggan di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Meningkatkan Pengalaman Pelanggan Melalui Inovasi Layanan: Studi Kasus pada Industri Retail di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 87-102.
- Wulandari, R. (2019). *Manajemen Kualitas Layanan: Pendekatan Terintegrasi*. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.