

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Indomaret Jl. Kh Zainal Alim 6 Bangkalan dan Jl. Kh Holil 62-64 Bangkalan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan mengitung besar *gap* antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Penelitian ini juga memberikan usulan perbaikan terhadap atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki. Metode yang digunakan untuk mengitung besar *gap* yaitu *service quality* (SERVQUAL). SERVQUAL dibagi menjadi lima dimensi yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *asurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (berwujud). Sedangkan untuk mengetahui atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki dapat dihitung menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA). Pada diagram kartesius IPA terdapat empat kuadran yaitu kuadran A,B,C dan D.

Pada penelitian ini *gap* untuk setiap atribut bernilai negatif, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa di Indomaret Jl. Kh Zainal Alim 6 Bangkalan dan Jl. Kh Holil 62-64 Bangkalan masih buruk. Sedangkan untuk tingkat kepentingan atribut diketahui bahwa di kuadran A terdapat 5 atribut, kuadran B terdapat 5 atribut, kuadran C terdapat 3 atribut, kuadran D terdapat 5 atribut.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*.

ABSTRACT

This research aimed to know about the services' quality given by Indomaret at Jl. Kh Zainal Alim 6 Bangkalan and at Jl. Kh Holil 62-64 Bangkalan. The services' quality can be measured with counting the gap between the perceptions and expectations of the customers. This research also gives suggestions for repairing the attributes which to be priority to be repaired. The methods that used in this research to count the gap that service quality (SERVQUAL). SERVQUAL divided into five dimensions they are : reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles. Whereas to know attributes which to be priority to be repaired can be counted using important performance analysis method (IPA). On the IPA's diagram found four quadrants they are A, B, C, D.

In this research, gap to each attribute having negative mark, so it can be concluded that services' quality at Jl. Kh Zaainal Alim 6 Bangkalan and Jl. Kh Holil 62-64 Bangkalan still in poor category. Whereas to improve the importance level of attributes known that in quadrant A found 5 attributes, quadrant B found 5 attributes, quadrant C found 3 attributes, quadrant D found 5 attributes.

Keyword : *Services quality, Service Quality and Important Performance Analysis.*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak.....	vi
<i>Abstrac</i>	vii
Daftar isi.....	viii
Daftar tabel	xi
Daftar gambar	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Daftar Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Penelitian Bagi Peneliti	4
1.4.2 Manfaat penelitian Bagi Akademik	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Ritel.....	6
2.1.1 Perkembangan Bisnis Ritel Indonesia.....	6
2.1.2 Kategori Bisnis Ritel.....	6
2.2 Definisi Kualitas	7
2.2.1 Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa	7
2.3 Definisi Jasa.....	8
2.3.1 Karakteristik Jasa	8
2.4 Konsep Pelanggan.....	9
2.4.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	9
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	10
2.5 Definisi <i>Service Quality (SERQUAL)</i>	11

2.6 Definisi <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	13
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Variabel Penelitian.....	18
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
3.4 Jenis/Tipe Penelitian	18
3.5 Peralatan dan Bahan Penelitian	19
3.6 Teknik Pengambilan Data (<i>Teknik Sampling</i>).....	19
3.7 Jumlah Data (Jumlah Sampel) dan Kriteria Responden	19
3.8 Model Dasar dan Rancangan Kuesioner	20
3.9 Model Penyelesaian	21
3.10 <i>Flowchart</i> /Alur Penelitian	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Umum Objek Penelitian.....	23
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Indomaret.....	23
4.1.2 Visi Indomaret	23
4.1.3 Motto Indomaret	23
4.1.4 Budaya Indomaret.....	24
4.1.5 Penghargaan Indomaret.....	24
4.2 Pengumpulan Data <i>Pre Sampling</i>	24
4.2.1 Uji Validitas <i>Pre Sampling</i>	24
4.2.2 Reabilitas <i>Pre Sampling</i>	27
4.3 Statistik Deskriptif	28
4.3.1 Profil Responden	28
4.3.1.1 Jenis Kelamin Responden	28
4.3.1.2 Usia Responden	29
4.3.1.3 Pekerjaan Responden	29
4.3.1.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	30
4.3.2 Analisis Deskriptif Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap AtributLayanan	30
4.3.3 Analisis Deskriptif Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Atribut Layanan.....	40

4.3.4 Analisis Deskriptif Tingkat Kepentingan Atribut Layanan Menurut Pelanggan.....	49
4.4 Perhitungan Nilai <i>Gap</i> Menggunakan <i>Service Quality</i> (SERVQUAL).....	59
4.4.1 Perhitungan Rata-Rata <i>Gap</i> Tiap Dimensi.....	61
4.4.2 Diagram Rata-Rata (Tingkat Kesenjangan) Setiap Dimensi.....	62
4.5 Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	63
4.5.1 Perhitungan Tingkat Kesesuaian Responden	63
4.5.2 Perhitungan $\bar{X}$ <i>Performance</i> Dan $\bar{Y}$ <i>Importance</i>	66
4.5.3 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	67
4.5.4 Usulan Perbaikan Terhadap Atribut-Atribut Yang Memiliki Prestasi Kerja Yang Rendah.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengaduan Atau Kritikan Konsumen Terhadap Indomaret.....	2
Tabel 2.2 <i>State of the art</i> (Studi pendahuluan).....	16
Tabel 3.3 Daftar Atribut-Atribut Penelitian	18
Tabel 4.4 Uji Validitas Persepsi Pelanggan	25
Tabel 4.5 Uji Validitas Ekspektasi Pelanggan	26
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan	27
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Ekspektasi Pelanggan.....	27
Tabel 4.8 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Lokasi Toko Yang Strategis.....	30
Tabel 4.9 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Tempat Parkir Toko	30
Tabel 4.10 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Kebersihan Dalam Ruangan Maupun Luar Ruangan	31
Tabel 4.11 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Penerangan Ruangan	32
Tabel 4.12 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Penampilan Karyawan...	32
Tabel 4.13 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Suhu Ruangan Toko	33
Tabel 4.14 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Ketersediaan Jumlah Keranjang Belanjaan	33
Tabel 4.15 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Tempat Sampah	34
Tabel 4.16 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Kelengkapan Dan Ketersediaan Barang.....	34
Tabel 4.17 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Kesesuaian Harga Produk Di Rak Dan Kasir	35
Tabel 4.18 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Yang Ditawarkan	36
Tabel 4.19 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Keakuratan Pengembalian Uang.....	36
Tabel 4.20 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Transaksi Pembayaran.....	37
Tabel 4.21 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Membantu Konsumen	37

Tabel 4.22 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Perubahan Harga, Diskon Dan Promo	38
Tabel 4.23 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Keamanan Tempat Parkir	38
Tabel 4.24 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Menanggapi Saran Dan Keluhan Pelanggan	39
Tabel 4.25 Tingkat Persepsi Pelanggan Terhadap Keramahan Karyawan ...	39
Tabel 4.26 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Lokasi Toko Yang Strategis	40
Tabel 4.27 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Tempat Parkir Toko ..	41
Tabel 4.28 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Kebersihan Dalam Ruangan Maupun Luar Ruangan	41
Tabel 4.29 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Penerangan Ruangan .	42
Tabel 4.30 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Penampilan Karyawan	42
Tabel 4.31 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Suhu Ruangan Toko ..	43
Tabel 4.32 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Ketersediaan Jumlah Keranjang Belanjaan	43
Tabel 4.33 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Tempat Sampah.....	44
Tabel 4.34 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Kelengkapan Dan Ketersediaan Barang.....	44
Tabel 4.35 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Kesesuaian Harga Produk Di Rak Dan Kasir	45
Tabel 4.36 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Yang Ditawarkan.....	45
Tabel 4.37 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Keakuratan Pengembalian Uang.....	46
Tabel 4.38 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Transaksi Pembayaran.....	46
Tabel 4.39 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Membantu Konsumen	47

Tabel 4.40 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Perubahan Harga Dan Promo	47
Tabel 4.41 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Keamanan Tempat Parkir	48
Tabel 4.42 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Respon Karyawan Dalam Menanggapi Saran Dan Keluhan Pelanggan	48
Tabel 4.43 Tingkat Ekspektasi Pelanggan Terhadap Keramahan Karyawan	49
Tabel 4.44 Tingkat Kepentingan Lokasi Toko Yang Strategis Menurut Pelanggan.....	49
Tabel 4.45 Tingkat Kepentingan Tempat Parkir Menurut Pelanggan	50
Tabel 4.46 Tingkat Kepentingan Dalam Kebersihan Ruangan Maupun Luar Ruangan Menurut Pelanggan	51
Tabel 4.47 Tingkat Kepentingan Penerangan Ruangan Menurut Pelanggan.....	51
Tabel 4.48 Tingkat Kepentingan Penampilan Karyawan Menurut Pelanggan.....	50
Tabel 4.49 Tingkat Kepentingan Suhu Ruangan Toko Menurut Pelanggan.....	52
Tabel 4.50 Tingkat Kepentingan Ketersediaan Jumlah Keranjang Belanjaan Menurut Pelanggan.....	52
Tabel 4.51 Tingkat Kepentingan Tempat Sampah Menurut Pelanggan.....	53
Tabel 4.52 Tingkat Kepentingan Kelengkapan Dan Ketersediaan Barang Menurut Pelanggan.....	53
Tabel 4.53 Tingkat Kepentingan Kesesuaian Harga Produk Di Rak Dan Kasir Menurut Pelanggan	54
Tabel 4.54 Tingkat Kepentingan Kualitas Produk Yang Ditawarkan Menurut Pelanggan.....	54
Tabel 4.55 Tingkat Kepentingan Keakuratan Pengembalian Uang Menurut Pelanggan.....	55
Tabel 4.56 Tingkat Kepentingan Respon Karyawan Dalam Transaksi Pembayaran Menurut Pelanggan.....	55

Tabel 4.57 Tingkat Kepentingan Respon Karyawan Dalam Membantu Konsumen Menurut Pelanggan	56
Tabel 4.58 Tingkat Kepentingan Perubahan Harga Barang, Program Diskon Dan Promo Menurut Pelanggan	56
Tabel 4.59 Tingkat Kepentingan Keamanan Tempat Parkir Kendaraan Menurut Pelanggan.....	57
Tabel 4.60 Tingkat Kepentingan Respon Karyawan Menanggapi Saran Dan Keluhan Menurut Pelanggan	57
Tabel 4.61 Tingkat Kepentingan Keramahan Karyawan Menurut Pelanggan.....	58
Tabel 4.62 Perhitungan Tingkat Kesenjangan (<i>Gap</i>)	59
Tabel 4.63 Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kesenjangan (<i>Gap</i>) Setiap Dimensi	61
Tabel 4.64 Perhitungan Tingkat Kesesuaian Responden (Tki)	63
Tabel 4.65 Perhitungan $\bar{\bar{X}}$ <i>Performance</i> Dan $\bar{\bar{Y}}$ <i>Importance</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbedaan Harga Di Rak Dan Kasir	3
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 2.3 Diagram klasifikasi kepentingan konsep <i>Servqual</i>	14
Gambar 3.4 Metode Penyelesaian Penelitian	21
Gambar 3.5 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	22
Gambar 4.6 <i>Bar Chart</i> Kriteria Jenis Kelamin Responden	28
Gambar 4.7 <i>Bar Chart</i> Usia Responden	29
Gambar 4.8 <i>Bar Chart</i> Pekerjaan Responden	29
Gambar 4.9 <i>Bar Chart</i> Pendidikan Terakhir Responden.....	30
Gambar 4.10 Diagram Rata-Rata <i>Gap</i> (Tingkat Kesenjangan)	62
Gambar 4.11 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)..	68