

# Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di Swalayan X

Sherlina Almira Rahma, dan Destri Susilaningrum  
Departemen Statistika Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)  
e-mail : destr.s@gmail.com

**Abstrak**—Ditengah persaingan usaha yang terjadi akhir-akhir ini, terutama pada sektor perdagangan retail misalnya saja swalayan, banyak pelaku usaha merancang strategi untuk menggait konsumennya. Salah satunya dengan memberikan kepuasan pelayanan terhadap konsumen, Sehingga kepuasan konsumen adalah permasalahan yang perlu diperhatikan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Maka dari itu, hal ini mendasari penelitian untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di swalayan X Kelurahan Keputih, kecamatan Sukolilo, kota Surabaya menggunakan analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA), dengan tujuan untuk memberikan evaluasi terhadap pelayanan di Swalayan tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan konsumen di swalayan X terhadap kenyataan dari atribut-atribut kualitas pelayanan sebesar 0,7 dimana nilai tersebut menurut tabel kriteria CSI berada di rentang 0,66 – 0,80 yang berarti bahwa konsumen Swalayan X merasa puas terhadap pelayanan yang diterima, kemudian mayoritas yang berbelanja yaitu perempuan dan mayoritas usia diatas 45 tahun.

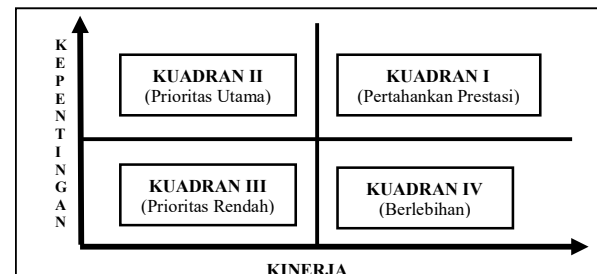
**Kata Kunci**—*Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Kepuasan Konsumen, Swalayan.*

## I. PENDAHULUAN

SWALAYAN adalah jenis usaha dagang yang menjual semua kebutuhan sehari-hari, mulai dari makanan, minuman, sampai produk-produk keluarga (Rahmansyah, 2021). Sejauh ini, swalayan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih mudah dan praktis. Berbeda dengan model retail sembako seperti toko kelontong, swalayan memberikan fasilitas yang lebih memadai dengan tempat yang lebih luas dan produk yang lebih lengkap, dimana konsumen bisa secara langsung memilih barang yang sudah tertata secara rapi sesuai dengan jenisnya, selain itu petugas swalayan yang umumnya lebih dari satu dapat memberkan efisiensi dalam berbelanja. Swalayan termasuk dalam sektor ekonomi perdagangan, sehingga secara langsung kegiatan yang dilakukan diharuskan mengikuti pola ekonomi seperti hubungan produsen dan konsumen serta peka terhadap persaingan pasar.

Seiring dengan perkembangan jaman serta tuntutan untuk memberikan pelayanan yang praktis dan efisien terhadap konsumen, maka pelaku usaha memiliki berbagai strategi untuk menarik konsumen. Sehingga kondisi tersebut mengakibatkan persaingan antar pelaku usaha dengan jenis yang sama ataupun berbeda. Konsumen sebagai puncak konsentrasi tertinggi dalam kegiatan ekonomi menjadikan sebagai fokus dalam pembuatan strategi, salah satunya yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga konsumen tertarik untuk membeli jasa yang ditawarkan. Seperti halnya yang terjadi di Kelurahan

Keputih, banyaknya swalayan yang tumbuh dan berkembang



Gambar 1. Importance Performance Analysis Diagram.

Tabel 1.  
Nilai *Customer Satisfaction Index*

Nilai <i>CSI</i>	Kriteria <i>CSI</i>
0,81 – 1,00	Sangat puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup puas
0,35 - 0,50	Kurang puas
0,00 – 0,34	Tidak puas

memberikan daya persaingan yang tinggi untuk menarik konsumen, dimana target konsumen primer adalah masyarakat Keputih dan mahasiswa, karena letaknya yang strategis dengan dunia pendidikan serta perumahan warga disana. Sehingga dilakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan masyarakat Keputih terhadap pelayanan yang diberikan oleh salah satu swalayan disana, sebut saja swalayan x. Untuk mengetahui kepuasan konsumen, terdapat beberapa metode untuk mengukurnya yaitu metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Metode penelitian tersebut, diharapkan memberikan informasi terhadap pelaku usaha swalayan X mengenai evaluasi pelayanan yang dirasakan oleh konsumen yang telah berbelanja di tempat tersebut. Informasi yang didapatkan sesuai dengan hasil dari metode *IPA* dan *CSI*, yaitu informasi mengenai pelayan apa saja yang sudah cukup memuaskan dan pelayanan yang perlu ditingkatkan menjadi lebih baik, serta pendapat dan perasaan pelanggan terhadap kepuasan pelayan yang selama ini diterima. Sehingga informasi tersebut diharapkan mampu memberikan masukan terhadap perancangan strategi pemasaran sehingga memikat konsumen lebih banyak.

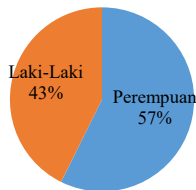
## II. STUDI LITERATUR

### A. Importance Performance Analysis

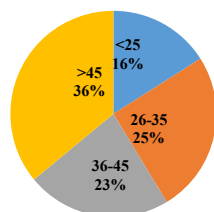
*Importance Performance Analysis (IPA)* adalah suatu teknis analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu

Tabel 2.  
Nilai Koefisien Alpha Cronbach

Alpha Cronbach	Status
0,00 s/d 0,20	Kurang reliable
0,21 s/d 0,40	Agak reliable
0,41 s/d 0,60	Cukup reliable
0,61 s/d 0,80	Reliabel
0,81 s/d 1,00	Sangat reliable



Gambar 2. Karakteristik Jenis Kelamin.



Gambar 3. Karakteristik Usia Pelanggan .

organisasi dalam memenuhi kepuasan para pelanggan atau konsumen. Selain itu, *Importance Performance Analysis* dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James (1977) [1]. Indikator-indikator yang terdapat pada IPA adalah kualitas pelayanan dan analisis kuadran yang akan dijelaskan sebagai berikut [2].

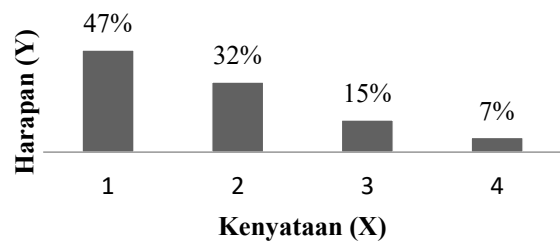
1) *Kualitas Pelayanan*

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan[3]. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain.

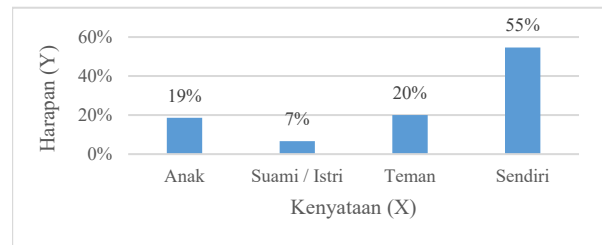
- Bukti langsung (*Tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas
- Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginan konsumen [4].

B. *Analisis Importance Performance Analysis*

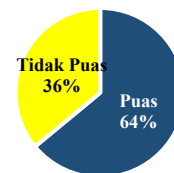
Analisis IPA bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang terletak dalam kuadran tertentu, sehingga dapat



Gambar 4. Frekuensi Belanja di Swalayan X.



Gambar 5. Orang yang Menemani Belanja di Swalayan X.



Gambar 6. Persentase Kepuasan Pelanggan Swalayan.

disimpulkan variabel yang membutuhkan perbaikan atau perhatian lebih.

- Menghitung nilai *mean* pada tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y).

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=0}^n X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=0}^n Y_i}{n} \tag{1}$$

Dimana :

- $\bar{X}$  : Rata-rata skor tingkat kinerja
- $\bar{Y}$  : Rata-rata tingkat kepentingan
- $X_i$  : Skor tingkat kinerja
- $Y_i$  : Skor tingkat kepentingan
- n : Jumlah responden

- Menghitung nilai *grand mean* pada tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y)

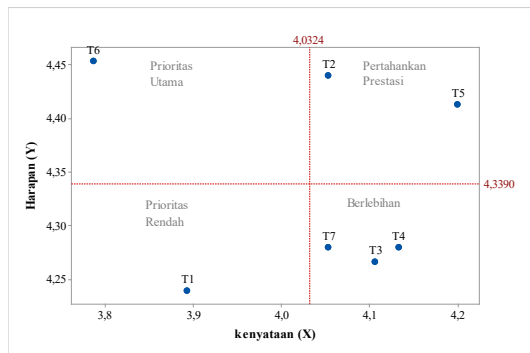
$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=0}^n \bar{X}}{k} \text{ dan } \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=0}^n \bar{Y}}{k} \tag{2}$$

Selanjutnya menjabarkan nilai pada diagram IPA yang dapat dilihat pada gambar 1.

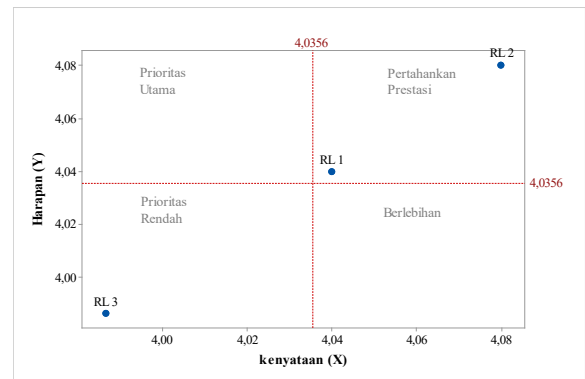
C. *Customer Satisfaction Index*

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dan kenyataan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Metode pengukuran Customer Satisfaction Index ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut.

- Menghitung rata-rata tingkat harapan/kepentingan per atribut.
- Menghitung rata-rata kinerja/kenyataan atribut.
- Menghitung *Weighted Factors (WF)* yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat harapan menjadi angka presentase dari total nilai rata-rata tingkat harapan untuk seluruh



Gambar 7. Diagram IPA Variabel *Tangible*.



Gambar 8. Diagram *Cartesius* Variabel *Reliability*.

Tabel 3. Dimensi Kepuasan Konsumen Swalayan Keputih

Label	Pernyataan	Kuadran	Keterangan
T1	- Ketersediaan produk	III	Prioritas Rendah
T6	- Keberadaan toilet	II	Prioritas Utama
T2	- Aksesibilitas lokasi	I	Pertahankan Prestasi
T5	- Swalayan bersih dan nyaman		
T3	- Aksesibilitas produk ( <i>layout</i> ) penempatan produk)		
T4	- Fasilitas tempat parkir memadai	IV	Berlebihan
T7	- Petunjuk rak jenis produk		

atribut yang diuji, sehingga didapatkan total *WF* 100% seperti persamaan berikut.

$$WF_i = \frac{\bar{y}}{\sum_{i=1}^k \bar{y}_i} \times 100\% \tag{3}$$

Keterangan :

*WF<sub>i</sub>* : *Weighted Factors*

$\bar{y}$  : Rata-Rata Tingkat Kepentingan (Harapan)

4. Menghitung *Weighted Score (WS)* yaitu perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan *WF* masing-masing atribut, dengan menggunakan persamaan berikut.

$$WS_i = \bar{x} \times WF_i \tag{4}$$

keterangan :

*WF<sub>i</sub>* : *Weighted Factors*

$\bar{x}$  : Rata-Rata Tingkat Kinerja (kenyataan)

5. Menghitung *Weighted Total (WT)* yaitu menjumlahkan *WS* dari semua atribut kualitas jasa dengan menggunakan persamaan berikut.

$$WT = \sum_{i=1}^k WS_i \tag{5}$$

6. Menghitung *satisfaction index, WT* dibagi skala maksimal yang digunakan kemudian dikalikan 100 dengan menggunakan persamaan berikut.

$$CSI = \frac{WT}{5 \times \sum_{i=1}^k y_i} \times 100\% \tag{6}$$

Berikut adalah kriteria *CSI* yang dibagi kedalam lima kriteria dari tidak puas sampai dengan sangat puas, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 4. Hasil *Importance Performance Analysis (IPA)* Variabel *Reliability*

Label	Pernyataan	Kuadran	Keterangan
RL1	- Petugas menangani pelanggan dengan cepat dan baik	I	Pertahankan Prestasi
RL2	- Informasi mengenai waktu operasional toko		
RL3	- Petugas melayani pelanggan dengan ramah dan sopan	III	Prioritas Rendah

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil survei secara langsung. Survei dilaksanakan pada minggu terakhir bulan November di wilayah Kelurahan Keputih Surabaya. Teknik pengambilan data yang akan digunakan adalah *sampling kluster* 3 tahap, dimana di kelurahan Keputih terdapat 9 RW dan 45 RT. Jumlah KK yang ada di Kelurahan Keputih sebanyak 4.912 dengan jumlah keseluruhan penduduk mencapai 18.206.

Tahap pertama unit *sampling*nya adalah RW di Kelurahan Keputih, tahap kedua unit *sampling*nya adalah RT dari RW terpilih, tahap ketiga unit *sampling*nya KK dari RT yang dipilih, pengambilan sampel populasi pada KK dari RT yang terpilih sebanyak 4.912. Selanjutnya, menurut Suharsimi Arikunto (2010) apabila subjeknya kurang dari 100 orang maka subjek sebaiknya di ambil semua, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10 – 20% atau 25 – 30 %.

Dalam penelitian ini ukuran sampel pada tahap pertama dipilih secara acak sebanyak 30% yaitu 30% x 9 RW maka hasilnya adalah 2,7 dibulatkan menjadi 3 RW terpilih yaitu RW 1 dengan 5 RT, RW 8 dengan 8 RT, RW 3 dengan 6 RT total dengan 19 RT dari 3 RW terpilih, lalu hitung ukuran sampel tahap tiga dengan menghitung jumlah Kartu Keluarga (KK). Sehingga ukuran sampel tahap kedua yaitu : untuk mencari nilai *n* digunakan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} \tag{7}$$

dimana nilai *D* didapatkan dari

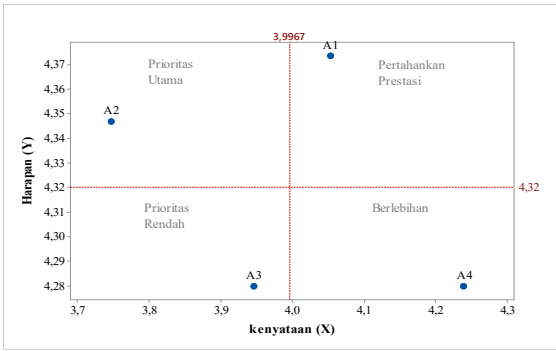
$$D = \left( \frac{B}{z_{1-\frac{\alpha}{2}}} \right)^2 \tag{8}$$

keterangan :

*n* : ukuran sampel

*N* : ukuran populasi

*B* : batas kekeliruan taksiran *P*

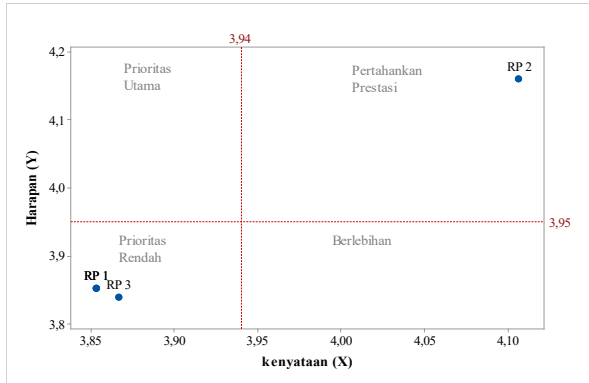


Gambar 9. Diagram *Cartesius* Variabel *Assurance*.

Tabel 5.

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) Variabel *Assurance*

Label	Pernyataan	Kuadran	Keterangan
A1	- Suasana toko pada saat covid-19	I	Pertahankan Prestasi
A2	- Pergantian barang kadarluarsa tepat waktu	II	Prioritas Utama
A3	- Petugas selalu menerapkan proses	III	Prioritas Rendah
A4	- Poster atau himbauan aturan di Swalayan	IV	Berlebihan



Gambar 10. Diagram *Cartesius* Variabel *Responsiveness*.

p : taksiran proporsi populasi.

Untuk menghitung ukuran sampel digunakan taraf signifikansi atau  $\alpha$  sebesar 0,05 dan batas kekeliruan taksiran sebesar ( $B$ ) 0,4, dengan banyaknya RT dari RW yang dipilih yaitu 19 RT, maka didapatkan  $n$  sebagai berikut

$$D = \left(\frac{B}{Z_{1-\alpha/2}}\right)^2 = \left(\frac{0,4}{1,96}\right)^2 = 0,04 \quad (9)$$

Sehingga dari nilai  $D$  didapatkan  $n$  sebesar

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} = \frac{19 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(19-1)0,04+0,5 \cdot 0,5} = \frac{4,75}{0,97} = 4,7 \sim 5 \quad (10)$$

Sehingga didapatkan ukuran sampel tahap kedua adalah sebanyak 5 RT masing-masing sebagai berikut RW 1 dengan sampel RT sebanyak :

$$n_1 = 5 \times \frac{5}{19} = 1,3 \sim 1$$

RW 8 dengan sampel RT sebanyak :

$$n_1 = 5 \times \frac{8}{19} = 2,10 \sim 2$$

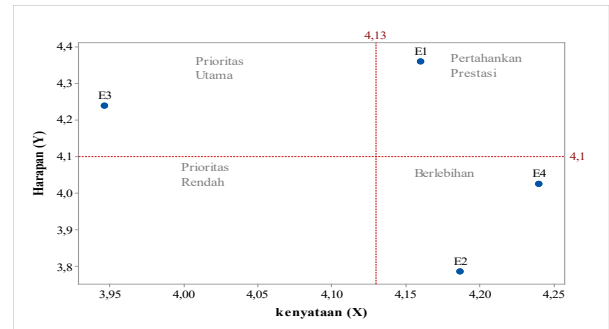
RW 3 dengan sampel RT sebanyak :

$$n_1 = 5 \times \frac{6}{19} = 1,5 \sim 2$$

Adapun RT terpilih secara random pada masing-masing RW adalah

Tabel 6.  
Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) Variabel *Responsiveness*

Label	Pernyataan	Kuadran	Keterangan
RP1	- Petugas merespon dengan cepat terhadap permintaan pelanggan	III	Prioritas Rendah
RP3	- Petugas memberikan informasi secara jelas dan tepat tentang produk		
RP2	- Petugas merespon dengan cepat keluhan pelanggan	I	Pertahankan Prestasi



Gambar 11. Diagram *Cartesius* Variabel *Emphaty*.

Tabel 7.

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) Variabel *Emphaty*

Label	Pernyataan	Kuadran	Keterangan
E1	- Papan informasi mengenai program diskon tersampaikan dengan jelas	I	Pertahankan Prestasi
E2	- Informasi mengenai kontak atau narahubung terhadap keluhan pelanggan		
E4	- Petugas sigap membantu pelanggan yang kebingungan mencari barang	IV	Berlebihan
E3	- Cara pembayaran pada kasir	II	Prioritas Utama

RW 1 terpilih RT 2

RW 8 terpilih RT 2 dan RT 7

RW 3 terpilih RT 3 dan RT 4

Dari RT yang terpilih menjadi sampel, maka didapatkan jumlah responden banyaknya KK yang disurvei dalam setiap RT adalah sebagai berikut. Dengan menggunakan nilai  $B$  sebesar 0,04 maka didapatkan nilai  $D$  sebagai berikut.

$$D = \left(\frac{B}{Z_{1-\alpha/2}}\right)^2 = \left(\frac{0,24}{1,96}\right)^2 = 0,0149 \quad (11)$$

Sehingga banyaknya  $n$  dalam setiap RT adalah RW 1 , RT 2 sampel KK sebanyak :

$$n = n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} = \frac{125 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(125-1)0,0149+0,5 \cdot 0,5} = 14,95 \sim 15$$

RW 8 , RT 2 sampel KK sebanyak :

$$n = n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} = \frac{123 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(123-1)0,0149+0,5 \cdot 0,5} = 14,92 \sim 15$$

RW 8 , RT 7 sampel KK sebanyak :

$$n = n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} = \frac{155 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(155-1)0,0149+0,5 \cdot 0,5} = 15,231 \sim 15$$

RW 3 , RT 3 sampel KK sebanyak :

$$n = n = \frac{Npq}{(N-1)D+pq} = \frac{130 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(130-1)0,0149+0,5 \cdot 0,5} = 14,97 \sim 15$$

Tabel 8.  
Customer Satisfaction Index (CSI) Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan di Swalayan X

Atribut	MIS	MSS	GAP (MSS-MIS)	WF (Weighted Factor)	WS (Weighted Score)
T1	4,24	3,8933	-0,3467	0,0481672	0,1875311
T2	4,44	4,0533	-0,3867	0,0504393	0,2044471
T3	4,2667	4,1067	-0,16	0,0484702	0,1990508
T4	4,28	4,1333	-0,1467	0,0486216	0,2009694
T5	4,4133	4,2	-0,2133	0,0501363	0,2105726
T6	4,4533	3,7867	-0,6667	0,0505907	0,1915702
T7	4,28	4,0533	-0,2267	0,0486216	0,1970797
RL 1	4,04	4,04	0	0,0458952	0,1854165
RL 2	4,08	4,08	0	0,0463496	0,1891063
RL 3	3,9867	3,9867	0	0,0452893	0,1805534
A1	4,3733	4,0533	-0,32	0,0496819	0,2013774
A2	4,3467	3,7467	-0,6	0,049379	0,1850066
A3	4,28	3,9467	-0,3333	0,0486216	0,1918934

Tabel 9.  
menunjukkan nilai (WS) yang digunakan untuk mencari nilai weighted total (WT)

Atribut	MIS	MSS	GAP (MSS-MIS)	WF (Weighted Factor)	WS (Weighted Score)
A4	4,28	4,24	-0,04	0,0486216	0,2061557
RP 1	3,8533	3,8533	0	0,0437746	0,1686782
RP 2	4,16	4,1067	-0,0533	0,0472584	0,1940745
RP 3	3,84	3,8667	0,0267	0,0436231	0,1686762
E1	4,36	4,16	-0,2	0,0495304	0,2060467
E2	3,7867	4,1867	0,4	0,0430173	0,180099
E3	4,24	3,9467	-0,2933	0,0481672	0,1901
E4	4,0267	4,24	0,2133	0,0457437	0,1939533

RW 3 , RT 4 sampel KK sebanyak :

$$n = \frac{135 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(135-1) \cdot 0,0149 + 0,5 \cdot 0,5} = 15,06 \sim 15$$

B. Uji Validitas

Uji validitas wajib dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur.

Hipotesis :

H<sub>0</sub> : Hasil pengukuran tidak valid

H<sub>1</sub> : Hasil pengukuran valid

Taraf signifikan : α = 0,05

Daerah Kritis : jika ditetapkan tingkat signifikan *alfa*, maka tolak

H<sub>0</sub> jika  $r > r_{\alpha, (n-2)}$

Statistik uji :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum_{i=1}^n x_i y_i) - (\sum_{i=1}^n x_i)(\sum_{i=1}^n y_i)}{\sqrt{(n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2)(n \sum_{i=1}^n y_i^2 - (\sum_{i=1}^n y_i)^2)}} \quad (12)$$

keterangan :

r = koefisien korelasi

x<sub>i</sub> = skor tiap pertanyaan atau variabel ke-1

y<sub>i</sub> = skor total ke-i

n = jumlah reesponden

i = 1,2,...,n

C. Pemeriksaan Reliabilitas

Selain melakukan pengujian validitas selanjutnya melakukan pemeriksaan *reliabilitas*. Pemeriksaan reliabilitas dilakukan pada setiap variabel dimensi pelayanan. Nilai reliabilitas dapat diketahui dengan melihat koefisien reliabilitas instrumen (*Cronbach Alpha*), dengan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis :

H<sub>0</sub> : Alat ukur tidak reliabel atau tidak konsisten

H<sub>1</sub> : Alat ukur reliabel atau konsisten.

Statistik Uji :

$$C_r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (13)$$

keterangan :

C<sub>r</sub> = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = jumlah butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varian total

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varian butir

Nilai Koefisien Alpha Cronbach dapat dilihat pada Tabel 2.

D. Langkah Analisis

Langkah analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis *IPA* dan *CSI* untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Melakukan analisis karakteristik data konsumen terhadap pelayanan di Swalayan X
- Melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Swalayan X menggunakan *Importance Performance Analysis* pada variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, dan X<sub>5</sub>
- Melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Swalayan X menggunakan *Customer Satisfaction Index*
- Menginterpretasikan hasil analisis
- Menarik Kesimpulan dan Saran

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen dalam Berbelanja di Swalayan X

1) Jenis Kelamin Konsumen di Swalayan X

Karakteristik jenis kelamin pelanggan Swalayan X Keputih bertujuan untuk mengetahui persentase dari laki-laki dan juga perempuan, sehingga disajikan dalam bentuk *piechart* pada Gambar 2. Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa persentase konsumen swalayan X relatif lebih banyak perempuan dengan nilai sebesar 57%, sedangkan untuk persentase laki-laki sebesar 43%.

2) Usia Pelanggan di Swalayan X

Karakteristik usia pelanggan Swalayan X bertujuan untuk mengetahui persentase dari masing-masing *range* usia, sehingga disajikan dalam bentuk *piechart* pada Gambar 3.

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa persentase usia terbesar untuk Konsumen Swalayan X adalah usia diatas 45 tahun dengan nilai 36%, sedangkan persentase terkecilnya adalah pelanggan dengan usia dibawah 25 tahun dengan nilai 16%.

### 3) *Frekuensi Belanja di Swalayan X Keputih*

Karakteristik belanja di Swalayan X bertujuan untuk mengetahui tingkat keseringan belanja konsumen di Swalayan X, sehingga disajikan dalam bentuk *barchart* pada Gambar 4.

Berdasarkan Gambar 4 diatas menunjukkan mayoritas konsumen Swalayan X memiliki frekuensi belanja perbulan sebanyak 1 kali sebesar 47% dari keseluruhan responden, sedangkan minoritas konsumen belanja sebanyak 4 kali dalam sebulan sebesar 7% dari keseluruhan responden. 4.1.4

### 4) *Orang yang Menemani Belanja di Swalayan X*

Karakteristik orang yang menemani belanja di Swalayan X bertujuan untuk mengetahui teman atau orang yang biasanya diajak belanja oleh pelanggan di Swalayan X, sehingga disajikan dalam bentuk *barchart* pada Gambar 5.

Berdasarkan Gambar 5 menunjukkan bahwa 55% mayoritas konsumen Swalayan X berbelanja sendiri tanpa ditemani oleh siapapun keseluruhan responden, sedangkan minoritas 7% konsumen belanja ditemani oleh istri/suami.

### 5) *Persentase Kepuasan Pelanggan*

Persentase kepuasan konsumen bertujuan untuk mengetahui banyaknya pelanggan yang merasa puas ataupun tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun untuk hasilnya akan ditampilkan pada *piechart* dibawah ini.

Berdasarkan Gambar 6, menunjukkan bahwa persentase pelanggan swalayan X Keputih yang merasa puas adalah sebesar 64%, sedangkan pelanggan yang merasa tidak puas adalah sebesar 36%.

## B. *Importance Performance Analysis Pada Tingkat Kepuasan Konsumen di Swalayan X*

*Importance Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk faktor-faktor kinerja penting yang harus dilakukan oleh Swalayan X. Dimana analisis akan dantu dengan menggunakan diagram *cartesius* untuk melihat atribut pada kuadran *i* yang akan dijabarkan dalam subbab dibawah ini.

### 1) *Importance Performance Analysis Pada Variabel Tangible*

*Importance Performance Analysis* (IPA) pada variabel *tangible* adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan kinerja di swalayan X dari pernyataan-pernyataan pada variabel *tangible*, dimana hasil olahannya ditampilkan pada Tabel 3 dan Gambar 7. Keterangan dari Gambar 7 yang disajikan dalam Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator yang perlu dipertahankan adalah aksesibilitas lokasi dan kebersihan swalayan, sedangkan yang perlu diperbaiki adalah ketersediaan produk. Selain itu, untuk aksesibilitas produk sangat mudah dan fasilitas tempat parkirnya sudah memadai serta petunjuk rak jenis produk sudah sangat jelas.

### 2) *Importance Performance Analysis Pada Variabel Realibility*

*Importance Performance Analysis* (IPA) pada variabel

*Realibility* adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja di Swalayan X dari pernyataan-pernyataan pada variabel *Realibility*, dimana hasil olahannya ditampilkan pada Tabel 4 dan Gambar 8. Keterangan dari Gambar 8, yang disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa indikator yang perlu dipertahankan adalah pelayanan petugas yang cepat dan baik dalam menangani pelanggan serta informasi mengenai waktu operasional toko yang disampaikan. Selain itu, indikator yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki adalah petugas melayani konsumen dengan sangat ramah dan sopan.

### 3) *Importance Performance Analysis Pada Variabel Assurance*

*Importance Performance Analysis* (IPA) pada variabel *Assurance* adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja di swalayan X dari pernyataan-pernyataan pada variabel *Assurance*, dimana hasil olahannya ditampilkan pada Tabel 5 dan Gambar 9. Keterangan dari Gambar 9, yang disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa indikator yang perlu dipertahankan adalah penerapan aturan pada saat covid-19, indikator yang perlu ditingkatkan adalah pergantian barang kadaluarsa secara tepat waktu, dan petugas selalu menerapkan proses, sedangkan indikator poster atau himbauan di Swalayan tidak perlu ditingkatkan lagi.

### 4) *Importance Performance Analysis Pada Variabel Responsiveness*

*Importance Performance Analysis* (IPA) pada variabel *Responsiveness* adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja di swalayan X dari pernyataan-pernyataan pada variabel *Responsiveness*, dimana hasil olahannya ditampilkan pada Tabel 6 dan Gambar 10. Keterangan dari 10, yang disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa kinerja yang perlu dipertahankan adalah merespon keluhan pelanggan dengan cepat. Sedangkan prioritas yang perlu ditingkatkan adalah merespon dengan cepat permintaan pelanggan serta memberikan informasi secara jelas dan tepat tentang produk.

### 5) *Importance Performance Analysis Pada Variabel Emphaty*

*Importance Performance Analysis* (IPA) pada variabel *Emphaty* adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja di swalayan X dari pernyataan-pernyataan pada variabel *Emphaty*, dimana hasil olahannya ditampilkan pada Tabel 7 dan Gambar 11. Keterangan dari Gambar 11, yang disajikan dalam Tabel 7.

Tabel 7 menunjukkan bahwa indikator yang perlu dipertahankan adalah papan informasi mengenai program diskon sudah tersampaikan dengan jelas. Sedangkan indikator yang perlu ditingkatkan adalah cara pembayaran pada kasir, sedangkan indikator informasi mengenai kontak atau narahubung terhadap keluhan konsumen dan kesiapan petugas membantu konsumen yang kebingungan mencari barang sudah sangat baik maka tidak perlu ditingkatkan lagi.

## C. *Customer Satisfaction Index Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan di Swalayan X*

*Customer Satisfaction Index* (CSI) bertujuan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh,

sehingga pada analisis ini melakukan pendekatan dengan mempertimbangkan antara harapan dan kenyataan pada masing-masing variabel atau dimensi kepuasan konsumen. CSI kepuasan konsumen swalayanX, seperti pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan nilai (*WS*) yang digunakan untuk mencari nilai *weighted total (WT)*. Nilai *WT* sendiri didapatkan dengan cara menjumlahkan semua nilai *WS*, sehingga nilai *weighted total* sebesar 4,032358. Setelah diperoleh nilai *weighted total (WT)* maka untuk mencari nilai *CSI*, dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut.

$$CSI = \frac{WT}{5 \times \sum_{i=1}^k y_i} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{4,032358}{5 \times 88,02} \times 100\%$$

$$CSI = 70,991$$

Berdasarkan hasil *CSI* diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen di swalayan X Keputih terhadap kenyataan dari atribut-atribut kualitas pelayanan sebesar 0,7 dimana nilai tersebut menurut tabel kriteria *CSI* berada di rentang 0,66 – 0,80 yang berarti bahwa konsumen swalayan x merasa puas terhadap pelayanan yang diterima.

## V. KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut;(1)Karakteristik konsumen dalam berbelanja di Swalayan X mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan persentase nilai sebesar 57% dan memiliki rata-rata mayoritas usia diatas 45 tahun dengan nilai sebesar 36%, sedangkan persentase terkecilnya adalah konsumen dengan usia dibawah 25 tahun dengan nilai sebesar 16%. Persentase konsumen yang belanja perbulan sebanyak 1 kali sebesar 47%, sedangkan konsumen yang belanja sebanyak 4 kali dalam sebulan sebesar 5%;(2)Tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja di Swalayan X menunjukkan bahwa pada variabel *Tangible* yaitu Aksesibilitas produk (*layout* penempatan produk), Fasilitas tempat parkir memadai, Petunjuk rak jenis produk memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik daripada indikator pada variabel *Tangible* yang lain, pada variabel *Reability* yaitu petugas menangani konsumen dengan cepat dan baik, informasi mengenai waktu operasional toko memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik

daripada indikator pada variabel *Reability* yang lain, pada variabel *Assurance* yaitu penerapan aturan pada saat covid-19 dan poster atau himbauan di Swalayan memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik daripada indikator pada variabel *Assurance* yang lain, pada variabel *Responsiveness* yaitu merespon keluhan pelanggan dengan cepat memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik daripada indikator pada variabel *Responsiveness* yang lain, pada variabel *Emphaty* yaitu papan informasi mengenai program diskon dan informasi mengenai kontak atau narahubung terhadap keluhan konsumen dan kesiapan petugas membantu konsumen yang kebingungan mencari barang memiliki tingkat kepuasan yang lebih baik daripada indikator pada variabel *Emphaty* yang lain;(3)Tingkat kepuasan konsumen di swalayan X Keputih terhadap kenyataan dari atribut-atribut kualitas pelayanan sebesar 0,7 dimana nilai tersebut menurut tabel kriteria *CSI* berada di rentang 0,66 – 0,80 yang berarti bahwa konsumen swalayan x merasa puas terhadap pelayanan yang diterima

### B. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh pihak Swalayan X sebaiknya lebih meningkatkan pelayanan untuk konsumen pada variabel *Tangible* (ketersediaan produk dan keberadaan toilet), *Assurance* (pergantian barang kadarluarsa secara tepat waktu,dan petugas selalu menerapkan prokes), *Reability* (petugas melayani konsumen dengan sangat ramah dan sopan), *Responsiveness* (merespon dengan cepat permintaan pelanggan serta memberikan informasi secara jelas dan tepat tentang produk) dan *Emphaty* (cara pembayaran pada kasir) supaya dapat menumbuhkan citra yang baik dan kepercayaan konsumen sehingga dapat menjadi Swalayan yang unggul di Indonesia

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. A. Martilla and J. C. James, "Importance-performance analysis," *J Mark*, vol. 41, no. 1, p. 79, Jan. 1977, doi: 10.2307/1250495.
- [2] L. Lefrandt, Harnen Sulistio, Achmad Wicaksono, Ludfi Djakfar, and Bambang Widjanarko Otok, "The combination of importance performance analysis and structural equation model for modeling pedestrian satisfaction in Manado," *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, vol. 90, no. 2, pp. 158–166, 2016.
- [3] C. Lovelock, Agus Widyantoro, Samosir Marianto, and Wright Lauren K, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks, 2007.
- [4] Zeithaml VA, Berry LL, and Parasuraman A, "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1998.