

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS LAYANAN PADA
FOODMART BASKO GRAND MALL PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen (DIII) sebagai
Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**NATORAS SOANGKUPON
NIM / BP. 15353/2009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS LAYANAN
PADA FOODMART BASKO GRAND MALL PADANG**

Nama : Natoras Soangkupon
Nim : 15353
Program Studi : Manajemen (DIII)
Fakultas : Ekonomi

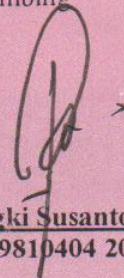
Padang, Februari 2013

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma III



Perengki Susanto, SE, M.Sc
NIP. 19810404 200501 1 002

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Perengki Susanto, SE, M.Sc
NIP. 19810404 200501 1 002

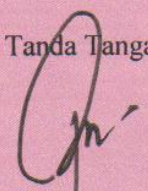
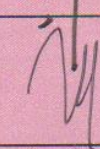
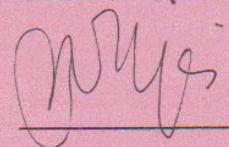
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS LAYANAN
PADA FOODMART BASKO GRAND PADANG**

Nama : Natoras Soangkupon
NIM / BP : 15353 / 2009
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

Padang, Februari 2013

Tim Penguji		Tanda Tangan
Nama		
1. Perengki Susanto, SE, M.Sc	(Ketua)	 _____
2. Vidyarini Dwita, SE, MM	(Anggota)	 _____
3. Whyosi Septrizola, SE	(Anggota)	 _____

SURAT PERNYATAAN

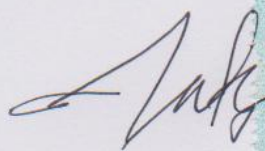
Nama : Natoras Soangkupon
Thn. Masuk/NIM : 2009 / 15353
Tempat/Tgl. Lahir : Siabu / 7 September 1990
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Jondul IV Blok DD VI A Tabing, Padang
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Layanan Pada Foodmart Basko Grand Mall Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Padang, Maret 2013
Yang menyatakan,



Natoras Soangkupon
NIM. 15353

ABSTRAK

**Natoras Soangkupon,
(2009 / 15353)** : **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN
ATAS KUALITAS LAYANAN PADA
FOODMART BASKO GRAND MALL
PADANG.**

Pembimbing : **Perengki Susanto, SE. M. Sc**

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kepuasan konsumen atas kualitas layanan pada Foodmart Basko Grand Mall Padang dengan membandingkan antara ekspektasi (harapan) yang diinginkan pelanggan dengan persepsi (tanggapan) yang dirasakan oleh konsumen yang telah melakukan transaksi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 30 responden terhadap konsumen yang telah melakukan transaksi di Foodmart Basko Grand Mall Padang.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian berupa observasi. Penulis mengumpulkan data langsung dari perusahaan tersebut terkait dengan objek penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti melakukan pengolahan sehingga akhirnya memperoleh hasil. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan tentang kepuasan konsumen atas kualitas layanan pada Foodmart Basko Grand Mall Padang.

Dilihat dari hasil olah data yang dilakukan, penilaian konsumen atas kualitas layanan Foodmat Basko Grand Mall Padang adalah secara keseluruhan kualitas layanan sangat memuaskan dan berkualitas. Sebaiknya Foodmart lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan harus selalu bersikap baik kepada pelanggan. Pramuniaga suatu swalayan tidak hanya melayani pelanggan dalam berbelanja tetapi harus mengetahui tentang produk yang ditawarkan. Sebaiknya dalam hal pengetahuan produk pramuniaga mengerti serba-serbi produk seperti jenis barang yang dijual, kegunaan, kesegaran, sumber dan asal tempat barang, dan tata letak barang. Bila ada kebingungan pelanggan ataupun ketidaktahuan pelanggan dalam mencari barang, pramuniaga ataupun karyawan swalayan perlu mengetahui dan harus membantu konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini di Foomart Basko Grand Mall Padang dengan tepat waktu.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi syarat kelulusan Diploma III pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam pembuatan dan penyusunan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapat bantuan, motivasi, arahan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof.Dr. Yunia Wardi. Drs, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNP.
2. Bapak Perengki Susanto, S.E. M.Sc. selaku ketua Program Diploma III sekaligus sebagai pembimbing Tugas Akhir yang dengan bijaksana dan penuh kesabaran memberikan pengarahan kepada penulis.
3. Ibuk Dina Patrisia, SE, Ak, M.si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama perkuliahan.
4. *Store Manager* Foodmart Basko Grand Mall Padang, Bapak M. Wahyu Hardani atas persetujuan yang diberikan.
5. Bapak Junaidi selaku Asisisten manajer Foodmart Basko Grand Mall Padang yang telah sabar, ikhlas, dan memberikan data serta semangat kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.

6. Kedua orang tua yang sangat penulis cintai yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
7. Teman seperjuangan yang memberikan masukan dan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan memerlukan banyak perbaikan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan, kritik dan saran yang telah diberikan menjadi catatan positif bagi penulis.

Padang, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. PengertianKepuasanKonsumen	8
B. Pengertian Jasa/Pelayanan (<i>Service</i>)	9
C. Pengertian Kualitas Layanan	10
D. Dimensi Kualitas Jasa	11
E. Tingkatan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan	16
F. Langkah-Langkah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan..	16
G. Upaya Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan	20
H. <i>Gap</i> (Kesenjangan) Kualitas Layanan	21
I. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	23
J. Atribut Perbaikan Layanan	25

BAB III PENDEKATAN PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Rancangan Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Objek Penelitian	28
3. Sumber Data/Instrumen/Responden/Definisi Operasional.....	28
a. Sumber Data yang akan digunakan.....	28
b. Instrumen Penelitian.....	28
c. Responden	29
D. Teknik Analisis	29

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan	31
1. Sejarah Foodmart Basko Grand Mall Padang	31
2. Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Filosofi Matahari	33
3. Struktur Organisasi Foodmart Basko Grand Mall Padang	35
4. Lay Out Foodmart Basko Grand Mall Padang	36
5. Pengelompokan Divisi Foodmart	37
B. Pembahasan.....	40
1. Deskriptif Karakteristik Responden	40
a. Berdasarkan Jenis Kelamin	40
b. Berdasarkan Umur	40
c. Berdasarkan Pekerjaan	41
2. Hasil Pengolahan Data.....	42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	47
B. Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jumlah Costumer Yang Melakukan Transaksi dan Jumlah Penjualan.	5
Tabel 2 Contoh Cara Konsumen Menilai Lima Dimensi Kualitas Jasa	12
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 6 Analisis SERVQUAL.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Struktur Organisasi Foodmart Basko Grand Mall Padang	35
Gambar 2 Lay Out Foodmart Basko Grand Mall Padang	36

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Jurnal Pembimbing Tugas Akhir	
Lampiran 2	Kuesioner Ekspektasi dan Persepsi	
Lampiran 3	Tabulasi Responden	
Lampiran 4	Surat Observasi	
Lampiran 5	Surat Penelitian	
Lampiran 6	Surat Balasan Penelitian	
Lampiran 7	Riwayat Hidup	

SURAT PERNYATAAN

Nama : Natoras Soangkupon
Thn. Masuk/NIM : 2009 / 15353
Tempat/Tgl. Lahir : Siabu / 7 September 1990
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Jondul IV Blok DD VI A Tabing, Padang
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Layanan
Pada Foodmart Basko Grand Mall Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Padang, Maret 2013
Yang menyatakan,

Natoras Soangkupon
NIM. 15353

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel saat ini mengalami perkembangan yang pesat, khususnya di Indonesia. Hal ini ditandai dengan makin banyak bermunculan bisnis ritel tradisional yang mulai membenahi diri menjadi bisnis ritel modern maupun bisnis ritel yang baru lahir. Hal ini pun menuntut bisnis ritel untuk mengubah pandangan lama pengelolaan ritel tradisional menjadi pandangan pengelolaan ritel modern.

Kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembangannya masyarakat menginginkan sarana dan kebutuhannya dekat dengan rumah. Hal inilah yang menyebabkan banyak peritel berusaha untuk membuka banyak gerai di banyak lokasi, demi memenuhi kebutuhan konsumennya. Saat ini telah banyak perusahaan ritel yang melayani konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Berbagai ritel berkembang, baik *Hypermarket*, *Departement-Store*, *Supermarket*, *Minimarket*, Grosir, Toko, dan sebagainya. Dimana peritel tersebut saling bersaing dalam memperebutkan konsumen dengan membuka banyak cabang. Meskipun dengan lokasi, segmen, dan produk yang hampir sama.

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang modern maka parapengusaha dituntut untuk mengelola usahanya lebih profesional dan efisien dalam menghadapi persaingan. Dengan adanya persaingan dunia usaha yang semakin

tajam menuntut pula pengusaha untuk peka dan cermat didalam memilih dan menempatkan produk yang strategis dan tepat dalam penjualan. Tata letak produk yang strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagian konsumen akan lebih menyukai tata letak produk yang bagus dan dapat dijangkau dengan mudah. Tata letak produk yang tepat dan pelayanan yang baik secara tidak langsung akan mempengaruhi minat konsumen dalam berbelanja. Selain masalah tata letak produk, masih ada masalah lain yang tidak kalah penting yaitu masalah pelayanan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pada konsumen agar merasa tertarik dan senang dalam melakukan pembelian atau transaksi. Pelayanan yang cepat dan penampilan yang ramah sangat memungkinkan konsumen akan tertarik untuk kembali.

Menurut Kotler dan Keller (2009:163), "Kepuasan pembeli merupakan fungsi kinerja yang dipersepsikan produk dan ekspektasi pembeli. Dengan mengenali bahwa kepuasan yang tinggi menimbulkan loyalitas pelanggan yang tinggi, kepuasan pelanggan menjadi tujuan sekaligus sarana pemasaran".

Menurut Griffin (2004: 208), *American Society for Quality Control* mendefinisikan kualitas (*quality*) sebagai "Fitur-fitur dan karakteristik-karakteristik dari sebuah produk atau jasa secara keseluruhan yang berpusat pada kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah dinyatakan atau tersirat."

Untuk mencapai kepuasan pelanggan, manajer harus memahami lebih mendalam tentang kualitas jasa. *Service Quality* yang disingkat menjadi

SERVQUAL bertujuan untuk mengetahui seberapa mampu perusahaan menyediakan dan memberikan kepuasan pelanggan atas lima dimensi.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 52) “Terdapat lima determinan kualitas jasa antara lain Keandalan (*reliability*), adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat; Daya tanggap (*responsivitas*), adalah kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu; Jaminan (*assurance*), adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan; Empati (*emphaty*), adalah kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan; Wujud/Bukti fisik (*tangible*), adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.”

Dalam hal ini Foodmart Basko Grand Mall, yang beralamat di Jl. Prof. Dr. Hamka No. 2 A Air tawar Padang. Sebagai salah satu usaha ritel adalah toko swalayan yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan rumah tangga, yang kemunculannya ini mencoba menghadirkan sarana tempat berbelanja keluarga di kota Padang. Foodmart Basko Grand Mall padang mencoba menghadirkan hal-hal yang menjadi kebutuhan para konsumennya, antara lain menawarkan produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik. jadi produk-produk yang ditawarkan dengan beragam jenis produk, beragam jenis pilihan merek produk, dengan banyak jumlah item produk yang dijual. dengan harga murah, bahkan ada harga diskon, dengan cara melakukan promosi-promosi produk baru yang mereka jual dengan harga yang terjangkau, pelayanan yang

diberikan cukup memberikan kenyamanan berbelanja atau hanya sekedar kunjungan dan lain-lain bagi para konsumen. Begitu juga dengan fasilitas fisik toko Foodmart Basko Grand Mall Padang cukup nyaman yang mana tata letak (*layout*) tersusun rapi sesuai dengan kelompok item-item produk yang ditawarkan dan selalu terpajang dengan rapi.

Kinerja karyawan yang kurang efisien akan menimbulkan perasaan kurang senang konsumen atas layanan yang diberikan perusahaan. Hal ini dapat terlihat dari beberapa fenomena-fenomena yang ada, diantaranya adalah kinerja karyawan yang kurang optimal dapat terlihat dari karyawan dengan posisi kerja sebagai kasir yang berada pada masa kandungan sehingga terkadang posisi kerjanya tersebut digantikan sementara kepada karyawan yang memiliki posisi kerja sebagai *display* produk. Karyawan dengan kondisi tubuh yang kurang fit, dan lain-lain.

Dalam menjalankan bisnisnya, Foodmart Basko Grand Mall Padang selalu mengedepankan visi dan misinya untuk tetap bisabersaing. Berdasarkan tawaran yang diberikan oleh Foodmart Basko Grand Mall Padang, yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya berupa produk, harga, promosi, pelayanan, dan fasilitas fisik lainnya. Dapat juga diketahui bahwa selama tiga bulan terakhir yakni bulan, Agustus, September, Oktober 2012, didapat data jumlah konsumen yang melakukan transaksi pembelian, sehingga diketahui jumlah penjualan bersih pada Foodmart Basko Grand Mall Padang yang dilampirkan dalam sebuah tabel sebagai berikut:

Tabell :Jumlah pengunjung yang melakukan transaksi dan jumlah penjualan bersih Foodmart Basko Grand Mal Padang 2012.

Keterangan	Bulan		
	Agustus	September	Oktober
Jumlah pengunjung yang melakukan transaksi	87054 Orang	68493 Orang	65497 Orang
Jumlah penjualan bersih	Rp 6,481,711,354	Rp 6,385,555,050	Rp 7,178,940,085

Sumber: Foodmart Basko Grand Mall Padang, tahun 2012

Dari tabel di atas diketahui jumlah konsumen yang melakukan transaksi pada bulan Agustus 2012 yaitu sebanyak 87054 orang, dan diketahui juga jumlah penjualan bersih sebesar Rp 6,481,711,354. Pada bulan September 2012 diketahui jumlah konsumen yang melakukan transaksi yaitu sebanyak 68493 orang, dan diketahui juga jumlah penjualan bersih sebesar Rp 6,385,555,050. Pada bulan Oktober 2012 diketahui jumlah konsumen yang melakukan transaksi yaitu sebanyak 65497 orang, dan diketahui juga jumlah penjualan bersih sebesar Rp 7,178,940,085. Dari data tersebut dapat diketahui Jumlah konsumen yang melakukan transaksi pada Foodmart Basko Grand Mall Padang selama tiga bulan terakhir selalu mengalami penurunan pada bulan Agustus jumlahnya yaitu 87054 orang, bulan September jumlahnya yaitu 68493 orang, dan pada bulan Oktober jumlahnya yaitu 65497 orang. Namun Jumlah penjualan bersih pada Foodmart Basko Grand Mall Padang selama tiga bulan terakhir berpeluktuasi di mana pada

bulan Agustus jumlah penjualan bersih sebesar Rp 6,481,711,354,- tapi pada bulan September jumlah penjualan bersih berkurang dari pada bulan sebelumnya jumlahnya menjadi sebesar Rp 6,385,555,050,- dan pada bulan Oktober jumlah penjualan bersihnya kembali meningkat dengan jumlah Rp 7,178,940,085,-.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul tugas akhir: “Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Foodmard Basko Grand Mall Padang).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi keandalan (*reliability*)?
2. Bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*)?
3. Bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi jaminan (*assurance*)?
4. Bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi empati (*empathy*)?
5. Bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi bukti fisik (*tangibles*)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi keandalan (*reliability*).

2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*).
3. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi jaminan (*assurance*).
4. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi empati (*empathy*).
5. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen atas dimensi bukti fisik (*tangibles*).

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis:

Untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan, untuk pengaplikasian ilmu serta untuk mendapatkan gelar sebagai syarat kelulusan Diploma III.

2. Bagi Perusahaan

Membantu pihak Foodmart Basko Grand Mall Padang dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya.

3. Bagi Peneliti lain:

Sebagai bahan referensi terhadap penelitian selanjutnya yang berkaitan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan kualitas pelayanan yang disajikan pada Bab Empat, dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas atas kualitas layanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan. Terlihat berdasarkan dimensi kualitas pelayanan berupa dimensi Keandalan (*Reliabilitas*), dimensi Daya Tangkap, dimensi Jaminan (*Assurance*), dimensi Empati (*Empathy*), dan dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*), mengalami kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan pelanggan ini disebabkan karena kecilnya harapan (*Ekspektasi*) yang diinginkan konsumen daripada tanggapan (*Persepsi*) pelanggan atas kualitas layanan. Kepuasan pelanggan ini juga bisa dilihat dari fenomena yang ada yaitu barang dan peralatan untuk pelayanan, seperti : keranjang, troli sepenuhnya terlengkapi demi kepuasan pelanggan dan tata letak barang yang memudahkan pelanggan dalam memperolehnya.

B. Saran

Dilihat dari hasil olah data yang dilakukan, penilaian konsumen atas kualitas layanan Foodmat Basko Grand Mall Padang adalah secara keseluruhan kualitas layanan sangat memuaskan dan berkualitas. Dapat disarankan untuk sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan harus selalu bersikap baik kepada

pelanggan. Pramuniaga suatu swalayan tidak hanya melayani pelanggan dalam berbelanja tetapi harus mengetahui tentang produk yang ditawarkan. Sebaiknya dalam hal pengetahuan produk pramuniaga mengerti serba-serbi produk seperti jenis barang yang dijual, kegunaan, kesegaran, sumber dan asal tempat barang, dan tata letak barang. Bila ada kebingungan pelanggan ataupun ketidaktahuan pelanggan dalam mencari barang, pramuniaga ataupun karyawan swalayan perlu mengetahui dan harus membantu konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Christina Whidya Utami, 2010. *Manajemen Ritel*, Jakarta : Salemba Empat
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Handbook New Employee Store Foodmart Front Linear. PT. Matahari Putra Prima, Tbk
- Kasmir. 2004. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Alih bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Longenecker, Justin G, Carlos W. Moore dan J. William Petty. 2001. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tony Wijaya 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: Permata Puri Media.