

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN  
PADA SWALAYAN BUDIMAN CABANG PONDOK PADANG**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh :

**SYAPUTRI ASRINA FEBRIANI**

**NIM. 14134069**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA  
SWALAYAN BUDIMAN CABANG PONDOK**

Nama : Syaputri Asrina Febriani  
BP/NIM : 2014/14134069  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, 13 Februari 2018

Diketahui oleh,

Ketua Program Manajemen Perdagangan DIII



**Firman. SE. M.Sc**

NIP.19800206 2003121 004

Disetujui oleh,

Pembimbing Tugas Akhir



**Rose Rahmidani, S.Pd, M.M**

NIP. 19790806 200801 2013

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**


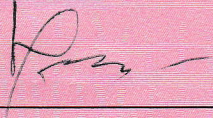
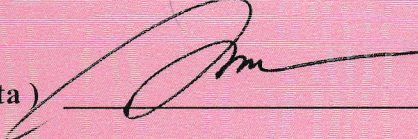
**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA  
SWALAYAN BUDIMAN CABANG PONDOK PADANG**

**Nama** : Syaputri Asrina Febriani  
**BP/NIM** : 2014/14134069  
**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, 13 Februari 2018

**TIM PENGUJI**

1. Rose Rahmidani, S.Pd, MM (Ketua) 
2. Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak (Anggota) 
3. Megawati, SE, MM (Anggota) 

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syaputri Asrina Febriani  
NIM/TM : 14134069/2014  
Tempat/Tgl Lahir : Pekanbaru/13 Feb 1992  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Alamat : Jln. Cendrawasih No. 10 Air Tawar Barat, Padang  
No. HP : 081374059472  
Judul Tugas Akhir : **Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Budiman Cabang Pondok**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya ini adalah asli dan belum pernah digunakan untuk mendapatkan gelar akademik (ahli madya), baik itu di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan orang lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/pendapat yang telah ditulis/dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis tugas akhir ini sah, apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang diperoleh karna karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 25 Februari 2018

Yang menyatakan



Svaputri Asrina Febriani

14134069/2014

## ABSTRAK

**Syaputri Asrina Febriani (14134069/2014) : Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang.**

**Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Swalayan Budiman Cabang Pondok terhadap kepuasan pelanggan di kota Padang dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data-data yang menunjang tugas akhir ini adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu populasi dan teknik sampling. Terdapat 5 dimensi yang membentuk kualitas pelayanan yaitu: berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*). Berdasarkan hasil analisis data TCR tertinggi pada dimensi Keandalan dengan rata-rata 3,58 atau TCR 71,60% dan yang paling rendah adalah Ketanggapan dengan rata-rata 3,49 atau TCR 69,80%. Untuk setiap dimensi TCR berada di atas 71%. Sehingga menurut kriteria kepuasan konsumen terhadap pelayanan Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang Baik.

**Kata kunci: Kepuasan, Pelayanan**

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, ridho dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **”Analisis Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang”** dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan bagi penulis dalam memperoleh gelar Ahli Madya (Amd) pada Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta dan Ibunda yang kusayangi yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Tidak lupa kepada Kakanda/Adiknda serta yang tidak bosan-bosannya memberikan masukan untuk penyelesaian tugas akhir ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Penghargaan dan terima kasih juga penulis berikan kepada :

1. Ibuk Rose Rahmidani, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penuli dalam mnyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak dan Ibuk Megawati, SE, MM selaku penguji 1 dan penguji 2 yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam penyelesaian tugas akhir ini.

3. Bapak Prof. Drs. H. Ganefri, M.Pd., Ph.D. selaku Rektor Universitas Negeri Padang
4. Bapak Dr. Idris, M.Si. selaku Dekan Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Bapak Firman, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang
6. Sahabat-sahabatku dan rekan-rekan mahasiswa khususnya program studi DIII Manajemen Perdagangan.

Demikianlah ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas atas bantuan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah Bapak/Ibu/Sdr/i. Semoga juga pengetahuan yang telah Bapak/Ibu berikan dalam proses perkuliahan dan penyelesaian Tugas Akhir ini, dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Padang, 26 Januari 2018

Penulis

Syaputri Asrina Febriani  
NIM 14134069

## DAFTAR ISI

|   | <i>Halaman</i> |
|---|----------------|
| <b>ASBTRAK .....</b>                            | <b>i</b>       |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                      | <b>ii</b>      |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          | <b>iv</b>      |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                       | <b>vi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                        | <b>vii</b>     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                    | <b>viii</b>    |
| <br><b>BAB I. PENDAHULUAN</b>                   |                |
| A. Latar Belakang Masalah.....                  | 1              |
| B. Identifikasi Masalah .....                   | 8              |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....          | 9              |
| D. Manfaat Penelitian .....                     | 9              |
| <br><b>BAB II. TINAJAUAN PUSTAKA</b>            |                |
| A. Kualitas Pelayanan .....                     | 10             |
| 1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....          | 10             |
| 2. Dimensi Kualitas Jasa/ Layanan.....          | 11             |
| 3. Kesenjangan Kualitas Jasa .....              | 12             |
| 4. Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa ..... | 14             |
| B. Pengertian Kepuasan .....                    | 16             |
| <br><b>BAB III. PENDEKATAN PENELITIAN</b>       |                |
| A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir .....          | 26             |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....             | 27             |
| C. Rancangan Penelitian .....                   | 27             |
| D. Sumber Data.....                             | 27             |
| E. Populasi dan Sampel .....                    | 28             |
| F. Instrumentasi Penelitian .....               | 29             |
| G. Teknik Analisis .....                        | 31             |

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... | 34 |
| B. Karakteristik Responden .....        | 41 |
| C. Hasil Penelitian .....               | 47 |
| D. Pembahasan.....                      | 52 |

#### **BAB V. PENUTUP**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 61 |
| B. Kesimpulan ..... | 62 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>63</b> |
|-----------------------------|-----------|

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>LAMPIRAN .....</b> | <b>64</b> |
|-----------------------|-----------|

## **DAFTAR GAMBAR**

| <b>Gambar</b>  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 1. Struktur Organisasi Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang .....   | 35             |
| 2. Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....           | 42             |
| 3. Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 43             |
| 4. Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 45             |
| 5. Histogram Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....     | 46             |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 1. Penjualan Swalayan Budiman Caabang Pondok Padang Januari s/d Mei 2017 .....   | 4              |
| 2. Kunjungan Konsumen dari Januari s/d Agustus 2017 .....                        | 5              |
| 3. Distribusi Perbandingan Harga Produk di 3 Swalayan di Padang Tahun 2017 ..... | 6              |
| 4. Hasil Observasi Awal Tentang Kepuasan Swalayan Budiman .....                  | 8              |
| 5. Skala <i>Likert</i> .....   | 30             |
| 6. Defenisi Operasional.....   | 30             |
| 7. Interpretasi Skor Untuk Menyimpulkan Hasil Penelitian .....                   | 33             |
| 8. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....                         | 41             |
| 9. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                 | 43             |
| 10. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                    | 44             |
| 11. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....            | 45             |
| 12. Distribusi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Bukti Fisik .....          | 47             |
| 13. Distribusi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Keandalan .....            | 48             |
| 14. Distribusi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Ketanggapan .....          | 49             |
| 15. Distribusi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Jaminan dan Kepastian..... | 50             |
| 16. Distribusi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Empati .....               | 51             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                           | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| 1. Kuesioner .....                 | 64      |
| 2. Tabulasi Data Penelitian .....  | 68      |
| 3. Tingkat Capaian Responden ..... | 74      |
| 4. Gambar Responden .....          | 75      |

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dunia persaingan bisnis yang makin global memaksa para pelaku bisnis berpikir keras untuk memilih dan menerapkan strategi, agar produk mereka diterima di pasar. Dunia industri yang tumbuh dengan pesat mengancam eksistensi perusahaan-perusahaan yang sebelumnya menguasai pasar. Berbagai macam strategi pemasaran dilancarkan perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan pasar mereka. Bila kita perhatikan, strategi pemasaran yang tampak sekarang semakin inovatif. Tapi strategi pemasaran yang inovatif belum tentu efektif untuk meningkatkan angka penjualan produk (Suhartanto, 2010).

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dalam dunia usaha guna mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan tajamnya persaingan tersebut perusahaan dituntut mampu menghadapi persaingan yang ada. Hal ini juga terlihat pada usaha swalayan yang semakin berkembang, seiring dengan tingkat kebutuhan setiap rumah tangga yang makin meningkat. Karena itu tingkat persaingan pun semakin ketat, sehingga mendorong perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang swalayan bersaing menyusun strategi untuk mendapatkan konsumen. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Kotler & Armstrong, (2012:354) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru dewasa ini, maka produk yang ditawarkan dipasaran akan semakin beranekaragam. Hal terpenting saat ini, adalah kenyataan bahwa pasar berubah lebih cepat daripada pemasaran. Kegiatan pemasaran saat ini tidak bisa terlepas dari perilaku konsumen yang menjadi target pasar suatu perusahaan. Perusahaan harus bisa mengenali karakter konsumen agar konsumen tersebut dapat menjadi pembeli yang potensial.

Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan cenderung akan menyebabkan pelanggan berperilaku positif, terjadinya kedekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) pelanggan yang tinggi (Suhartanto, 2010). Perkembangan pasar modern di Indonesia, berdampak positif terhadap intensitas peningkatan sektor ekonomi ritel. Hal ini seiring dengan semakin menjamurnya pasar modern pada setiap sudut penjuru tanah air termasuk kota Padang dalam bentuk swalayan, seperti Swalayan Budiman, Swalayan Citra, Sennang swalayan dan lain-lainnya. Hal itu menyebabkan persaingan pasar modern tersebut berinteraksi semakin ketat. Selain itu didukung adanya kepemilikan modal kuat dan konsumen yang puas, sehingga meraih keunggulan pasar.

Sesuai dengan perkembangan perekonomian saat ini yang membuat semua orang menjadi sangat sibuk, oleh karena kesibukannya itu masyarakat lebih cenderung memilih untuk berbelanja di Swalayan. Pada usaha swalayan, manajemen harus memperhatikan kelangsungan hidup perusahaan dengan menjaga atau menimbulkan kepercayaan masyarakat pada sebuah pasar swalayan, agar konsumen tidak berpindah kepada swalayan lain yang menjadi kompetitor. Untuk memperoleh kepercayaan masyarakat perusahaan dituntut untuk mampu menyajikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan kepada konsumen mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan konsumen.

Swalayan Budiman merupakan salah satu swalayan yang ada di Kota Padang, berdiri pada tahun 2015 yang didirikan oleh Bapak H. Asmar, Swalayan Budiman menjual berbagai macam-macam barang P&D dengan sasarannya adalah masyarakat setempat. Swalayan Budiman sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ritel harus berupaya untuk memberi tahu konsumen tentang produk yang dipasarkan dan harga yang bersaing dengan Swalayan-swalayan yang ada di sekitarnya. Salah satu upaya Swalayan Budiman untuk menarik hati konsumen yaitu dengan memberikan *discount*.

Oleh sebab itu, Swalayan Budiman Kota Padang harus bisa membentuk harga yang bersaing dengan swalayan lainnya serta melakukan promosi-promosi yang akan menarik perhatian konsumen agar meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya konsumen akan merasa senang terhadap layanan perusahaan dan menimbulkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pada

tabel 1 dibawah ini menunjukkan jumlah penjualan selama lima bulan terakhir pada Swalayan Budiman Padang sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Penjualan Swalayan Budiman Cabang Pondok di Kota Padang**  
**Bulan Januari s/d Agustus 2017**

| <b>Bulan</b>  | <b>Penjualan (Rp)</b>      | <b>Persentase</b> |
|---------------|----------------------------|-------------------|
| Januari       | Rp. 740.000.000,-          | 0%                |
| Februari      | Rp. 889.000.000,-          | 8,3%              |
| Maret         | Rp. 867.000.000,-          | -0,9%             |
| April         | Rp. 978.000.000,-          | 11,2%             |
| Mei           | Rp. 990.000.000,-          | 10,2%             |
| Juni          | Rp. 830.000.000,-          | 8,4%              |
| Juli          | Rp. 918.000.000,-          | 11,06%            |
| Agustus       | Rp.920.000.000,-           | 10,02%            |
| <b>Jumlah</b> | <b>Rp. 7.132.000.000,-</b> | <b>59,38%</b>     |

*Sumber : Swalayan Budiman ( 2017)*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa persentase penjualan Swalayan Budiman selama 8 bulan terakhir mengalami adanya fluktuasi. Pada bulan Januari penjualan Rp.740.000.000, mengalami peningkatan menjadi Rp. 889.000.000 pada bulan Februari (8,3%). Sedangkan pada bulan Maret mengalami penurunan menjadi Rp. 867.000.000 (-0,9%), sedangkan pada bulan April mengalami peningkatan 11,2% menjadi Rp. 978.000.000, akan tetapi pada bulan Mei dapat ditingkatkan lagi menjadi Rp. 990.000.000 (10,2%). Sedangkan pada bulan Juni mengalami penurunan

menjadi Rp. 830.000.000 (8,4%), Sedangkan pada bulan Juli mengalami peningkatan menjadi Rp. 918.000.000 (11,06%), dan pada bulan Agustus mengalami sedikit penurunan menjadi Rp. 920.000.000 (10,02%), Terjadinya penurunan yang dratis dari Bulan Februari ke bulan Maret sebanyak -0,9% diduga disebabkan oleh kurangnya promosi dan kelengkapan barang pada Swalayan Budiman Cabang Pondok. Dalam hal ini perusahaan berusaha melakukan inovasi dan promosi terhadap produk yang dijual pada Swalayan Budiman dan akhirnya mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Berikut disajikan jumlah kunjungan konsumen pada bulan Jan – Juni Tahun 2017 pada Swalayan Budiman, sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Kunjungan Konsumen pada Swalayan Budiman pada Bulan Januari s/d Agustus Tahun 2017**

| <b>No</b>     | <b>Bulan</b> | <b>Jumlah Kunjungan (orang)</b> |
|---------------|--------------|---------------------------------|
| <b>1</b>      | Januari      | 3.556                           |
| <b>2</b>      | Februari     | 3.242                           |
| <b>3</b>      | Maret        | 3.064                           |
| <b>4</b>      | April        | 3.340                           |
| <b>5</b>      | Mei          | 3.584                           |
| <b>6</b>      | Juni         | 3.286                           |
| <b>7</b>      | Juli         | 3.399                           |
| <b>8</b>      | Agustus      | 3.386                           |
| <b>Jumlah</b> |              | <b>26.857</b>                   |

*Sumber : Swalayan Budiman, (2017)*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa rata-rata kunjungan konsumen dalam sehari adalah 110 orang. Angka ini diperoleh dari pembagian jumlah kunjungan dalam beberapa bulan terakhir dibagi dengan jumlah hari yang ada selama 8 bulan. Hal ini memperlihatkan rendahnya angka kunjungan ke Swalayan Budiman banyak faktor yang mempengaruhi rendahnya kunjungan seperti lokasi yang jauh dan tempat parkir yang kecil. Swalayan Budiman akan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya. Banyaknya Swalayan-swalayan yang berada di sekitar Swalayan Budiman membuat Swalayan Budiman berusaha membuat strategi dan meningkatkan daya tarik untuk dapat mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Ketika konsumsi masyarakat terhadap barang kebutuhan pangan, sandang semakin meningkat maka tingkat kunjungan masyarakat untuk datang ke tempat-tempat perbelanjaan akan semakin meningkat.

Terdapat beberapa perusahaan retail yang sama dengan Swalayan Budiman yang jaraknya tidak terlalu jauh dari Swalayan Budiman seperti pada Swalayan Wahyu menurut survei yang peneliti lakukan rata-rata kunjungan pelanggan dalam sehari mencapai 150 orang, banyaknya pelanggan berkunjung disini karna pada Swalayan Wahyu merupakan Swalayan terlengkap dan kualitas pelayanan yang baik. Berikut perbandingan harga pada Swalayan Budiman dengan dua Swalayan lainnya yang ada di Kota Padang :

**Tabel 3**  
**Perbandingan Harga Produk 3 Swalayan di Padang**  
**Tahun 2017**

| No | Nama Produk         | Swalayan Budiman<br>Cabang Pondok<br>Padang (Rp) | Swalayan<br>Wahyu (Rp) | Swalayan<br>Citra (Rp) |
|----|---------------------|--|------------------------|------------------------|
| 1  | Gulaku              | 18.800   | 18.900                 | 18.900                 |
| 2  | Sunligh 800 ml      | 14.400   | 14.900                 | 15.000                 |
| 3  | Rinso Ultra         | 17.700   | 17.900                 | 17.900                 |
| 4  | Paseo               | 13.700   | 14.000                 | 14.000                 |
| 5  | Biskuit Roma Kelapa | 8.400  | 9.000                  | 9.000                  |
| 6  | Mili Mackarel Saus  | 29.000   | 29.500                 | 29.900                 |
| 7  | Minyak Sanco        | 25.600   | 25.900                 | 26.000                 |

*Sumber : Swalayan Budiman, Swalayan X dan Swalayan Y, 2017*

Selain memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing, Swalayan Budiman juga melakukan bermacam-macam promosi antara lain :

1. Pada pembelian susu Dancow 1+ (800gr) beli dua dapat momypopo standar isi 9,
2. Pembelian minyak goreng Sania dimana beli 2 dapat hadiah piring,
3. Pembelian pampers bayi ukuran besar mendapatkan hadiah tissue Paseo basah.
4. Hal lain yang dilakukan berkaitan promosi adalah memasang iklan pada Radio setempat seperti Radio Mora Sumbar
5. Setiap pembelian susu pediasure kaleng 800 gr mendapatkan potongan harga Rp. 10.000,-
6. Memasang spanduk mengenai potongan harga.
7. Bagi pelanggan yang belanja lebih Rp. 300.000,- mendapatkan voucher discout 10% parfum Azwar.

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada tanggal 26 Juli 2017 di Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang, dari 50 orang pelanggan yang berkunjung ditemukan 60% dari pelanggan tersebut merasa kurang puas berbelanja di Swalayan Budiman Padang hal ini terlihat dari hasil jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan.

**Tabel 4**  
**Hasil Observasi Awal Tentang Kepuasan Pelanggan Swalayan Budiman**

| No                | Pertanyaan  | Jawaban  |  |
|-------------------|---|--|--|
|                   |   | Ya   | Tidak  |
| 1                 | Apakah saudara/i puas berbelanja di Swalayan Budiman  | 12   | 38   |
| 2                 | Apakah saudara/i suka berbelanja di Swalayan Budiman  | 9  | 41   |
| 3                 | Apakah produk yang dijual di Swalayan Budiman Lengkap | 39   | 11   |
| <b>Jumlah</b>     |   | <b>60</b>                                      | <b>90</b>                                      |
| <b>Persentase</b> |   | <b><math>60/150 \times 100\% = 40\%</math></b> | <b><math>90/150 \times 100\% = 60\%</math></b> |

*Sumber: Peneliti*

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat sebagian besar pelanggan (60%) merasa tidak puas berbelanja di Swalayan Budiman Padang. Ketidakpuasan pelanggan akan mengakibatkan berpalingnya ke Swalayan lain dalam berbelanja, selain itu ketidakpuasan pelanggan akan mengakibatkan kontribusi yang tidak baik. Pelanggan akan beralih ke Swalayan lain *image* Swalayan akan jelek dimata pelanggan dan calon konsumen. Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

## **“Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang“.**

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dikembangkan dapat dirumuskan adalah: “Bagaimanakah Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan di Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang?”.

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Bagaimanakah Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan di Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang?”. Dimasa yang akan datang diharapkan penelitian ini dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait demi perbaikan pelayanan yang lebih baik lagi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan tugas akhir ini antara lain:

1. Bagi penulis, untuk menambah dan memperluas pengetahuan penulis tentang manajemen pemasaran pada umumnya mengenai kepuasan konsumen terhadap layanan Swalayan Budiman.
2. Bagi perusahaan, sebagai masukan dan pertimbangan dalam penyempurnaan atas kekurangan yang mungkin ada pada perusahaan, dalam menelaah kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengetahui tingkat kepentingan, dilihat dari segi kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat memenuhi harapan bagi kepuasan pelanggan.

3. Bagi pembaca, membantu memberikan tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan dalam hal kepuasan dan kualitas pelayanan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi bukti fisik (*tangible*) bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang berada pada kategori “Baik” atau dengan tingkat capaian responden sebesar 70,30%.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi kehandalan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang berada pada kategori “Baik” atau dengan tingkat capaian responden sebesar 71,60%.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi ketanggapan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang berada pada kategori “Baik” atau dengan tingkat capaian responden sebesar 69,80%.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi jaminan dan kepastian bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang berada pada kategori “Baik” atau dengan tingkat capaian responden sebesar 70,70%.

5. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada dimensi empati bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Budiman Cabang Pondok Padang berada pada kategori “Baik” atau dengan tingkat capaian responden sebesar 70,70%.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan, hasil sudah pembahasan menunjukkan kepuasan sangat baik, hendaknya hal tersebut dapat dipertahankan. Adapun bagian yang masih rendah adalah dimensi ketanggapan yang meliputi Karyawan Swalayan Budiman selalu bersedia membantu saat dibutuhkan, oleh sebab itu sebaiknya pimpinan swalayan memberikan teguran kepada pegawai yang tidak tanggap kepada pelanggan.
2. Pihak akademik, dapat penelitian lanjutan, untuk menjawab permasalahan yang ditemukan ini disarankan juga untuk mewawancarai pegawai sehingga dapat didapat data yang lengkap mengenai permasalahan ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Etta, Mamang, Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi pertama. Yogyakarta : Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta,. ANDI.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangg.
- Lovelock, Wirtz, dan Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat, Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Riduwan. 2003. *Dasar-Dasar Statistika, Cetakan Ketiga*. Bandung: Alfabeta
- Salim, Abbas. 2007. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.