ANALISIS KONJOIN DALAM MENENTUKAN TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA MINIMARKET YOSSIE AIR TAWAR PADANG

TUGAS AKHIR

untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya

LENI ANGGIA
NIM 00353

JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2011

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul	:	Analisis Konjoin dalam Menentukan Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Minimarket Yossie Air Tawar Padang
Nama	:	Leni Anggia
NIM	:	00353
Program Studi	:	Statistika
Jurusan	:	Matematika
Fakultas	:	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Padang, Agustus 2011

Disetujui oleh :

Pembimbing

Drs. Syafriandi, M.Si
NIP. 19660908 199103 1 003

PENGESAHAN LULUS UJIAN TUGAS AKHIR

Nama	: Leni Anggia
NIM	: 00353
Program Studi	: Statistika
Jurusan	: Matematika
Fakultas	: Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

dengan judul

ANALISIS KONJOIN DALAM MENENTUKAN TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA MINIMARKET YOSSIE AIR TAWAR PADANG

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2011

Tim Penguji

	Nama	Tanda tangan
Ketua	: Drs. Syafriandi, M.Si	_____
Anggota	: Dra. Hj. Minora Longgom Nst, M.Pd	_____
Anggota	: Dodi Vionanda, S.Si, M.Si	_____

ABSTRAK

Leni Anggia : Analisis Konjoin dalam Menentukan Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Minimarket Yossie Air Tawar Padang

Perkembangan ekonomi membuat perusahaan-perusahaan terus berupaya menghasilkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Upaya-upaya tersebut membuat tumbuhnya berbagai Industri. Kota Padang, sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Barat, tidak dapat terlepas dari perkembangan ekonomi. Industri besar sampai industri kecil tersebar di Kota Padang baik di sektor barang maupun jasa. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab banyak ditemukannya minimarket di Kota Padang. Dengan banyak berdirinya minimarket, maka dengan sendirinya akan menimbulkan persaingan terutama dalam memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Salah satu minimarket yang ada di Kota Padang adalah Minimarket Yossie. Dalam memberikan kepuasan kepada para pelanggan, perlu dilakukan riset pemasaran untuk mengetahui pelayanan seperti apa yang lebih disukai oleh konsumen/pelanggan. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui tentang kesukaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa adalah dengan analisis Konjoin.

Analisis Konjoin merupakan teknik multivariat yang digunakan untuk menentukan atau memahami bagaimana responden membentuk keputusan pada sebuah produk atau pelayanan berdasarkan pada persyaratan sederhana yang dinilai melalui utilitas konsumen tentang suatu produk atau jasa atau ide yang dikombinasikan dari beberapa karakteristik atribut. Dimensi kualitas pelayanan yang akan dijadikan atribut dengan masing-masing levelnya adalah produk (makanan dan minuman, kosmetik, kebutuhan rumah tangga), karyawan (cepat dan tepat, ramah dan menarik, berwawasan luas) dan fasilitas pelengkap yang disediakan minimarket (tempat parkir, keranjang barang, atmosfer toko).

Hasil penelitian dengan analisis Konjoin.menunjukan bahwa yang menjadi atribut yang paling disukai bagi konsumen berbelanja ke minimarket adalah produk dengan kombinasi level dari atribut yang paling disukai pelanggan secara umum yaitu produk makanan dan minuman dengan karyawan yang cepat dan tepat serta menyediakan tempat parkir yang memadai untuk kendaraan pelanggan. Hal ini dapat menjadi strategi pemasaran bagi minimarket, untuk menarik para pelanggan.

Kata Kunci : Analisis Konjoin, Kualitas Pelayanan, Produk, Karyawan dan Fasilitas Pelengkap Minimarket.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdullilah kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **"Analisis Konjoin dalam Menentukan Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Minimarket Yossie Air Tawar Padang"**

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program DIII Statistika Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Padang. Dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, peneliti banyak mendapat sumbangan pemikiran, bimbingan, serta saran dan petunjuk dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Syafriandi, M.Si, Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Penasehat Akademik dan Sekretaris Jurusan Matematika FMIPA UNP yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan arahan demi selesainya Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dodi Vionanda, S.Si. M.Si dan Ibu Dra. Hj. Minora Longgom Nasution, M.Pd selaku dosen penguji yang juga banyak memberikan masukan dan arahan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Drs. Lutfian Almash, M.S. Ketua Jurusan Matematika FMIPA UNP

4. Ibu Dra. Nonong Amalita, M.Si. Ketua Program Studi Statistika Jurusan Matematika FMIPA UNP atas segala bantuannya.
5. Bapak dan Ibu dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Jurusan Matematika FMIPA UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti selama duduk di bangku perkuliahan.
6. Rekan-rekan dan segenap Civitas Akademik FMIPA UNP yang telah memberikan bantuan moril dan ikatan persahabatan yang terjalin selama ini.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik, namun peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir berikutnya.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Harapan peneliti semoga semua bimbingan, bantuan dan kerjasamanya dapat dibalas oleh Allah SWT sebagai amal ibadah. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca umumnya. Amin

Padang, Agustus 2011

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR LAMPIRAN vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Perumusan Masalah 5

C. Batasan Masalah 5

D. Tujuan Penelitian 5

E. Kegunaan Penelitian 5

BAB II KAJIAN TEORI

A. Konsep Kualitas Pelayanan 6

B. Analisis Konjoin (*Conjoint Analysis*) 13

C. Regresi Linier Berganda 21

D. Variabel *Dummy* 24

E. Teknik Persentase 25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 26

B. Jenis dan Sumber Data 26

C. Populasi dan Sampel 26

D. Teknik Pengumpulan Data 28

E. Uji Instrumen Penelitian 34

F. Waktu dan Tempat Penelitian 36

G. Prosedur Penelitian 36

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian 38

B. Pembahasan 44

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 48

B. Saran 49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Pendekatan Berpasangan 16
2. Atribut Kualitas Layanan dan Levelnya 29
3. Kombinasi Level dari Atribut Kualitas Pelayanan 30
4. Pengkodean Data untuk Regresi 33
5. Persepsi Pelanggan tentang Minimarket Yossie Padang 38
6. Nilai *Utility* Level 41
7. Tingkat Kepentingan Atribut 43
8. Hasil Koefisien R dan Koefisien Determinasi 44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Kuesioner Penelitian 52
2. Tabulasi Data Uji Coba 56
3. Surat Izin Penelitian 58
4. Tabulasi Data Penelitian 59
5. Tabulasi Data untuk Teknik Persentase 62
6. Pengkodean Data untuk Regresi 65
7. Output SPSS 66
8. Hasil Penghitungan 68

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi membuat perusahaan-perusahaan terus berupaya menghasilkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Upaya-upaya tersebut membuat tumbuhnya berbagai industri. Sejalan dengan pengembangan berbagai produk, para produsen juga menciptakan metode-metode baru untuk memasarkan produknya agar dapat diterima konsumen. Metode tersebut seperti ritel modern yang menjual barang kebutuhan pokok rumah tangga sehari-hari misalnya hipermaket, supermarket, dan minimarket. Sasaran bisnis eceran atau ritel adalah konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk minimarket, ukurannya relatif lebih kecil dari ritel modern lainnya. Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkan dapat terjual dengan baik. Banyaknya pesaing menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi dan teknik yang lebih bagus dari pesaingnya.

Salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa baik kualitas pelayanan sebuah perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu bisnis. Kualitas yang akan membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lain. Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi modal penting bagi suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan.

Ketika suatu perusahaan mampu menciptakan suatu produk dan jasa yang berkualitas, maka dengan sendirinya akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan adalah apabila pelanggan memiliki suatu harapan terhadap produk atau jasa, kemudian harapan tersebut dapat dipenuhi oleh penyedia produk atau jasa tersebut, maka disanalah akan timbul rasa puas bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Kotler (2005:70) yakni : "kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka akan terjadi ketidakpuasan pelanggan, jika kinerja memenuhi harapan disinilah timbulnya kepuasan".

Dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan, tentu perusahaan perlu mengetahui keinginan konsumen akan kualitas pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan, sehingga dapat diketahui produk atau jasa dengan fasilitas seperti apakah yang disukai oleh konsumen. Menurut Supranto (2001:232) "Produk barang atau jasa tidak hanya terdiri dari komponen fisik penyusunnya, tetapi juga terdapat kumpulan dari berbagai atribut yang sering menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih produk atau jasa tersebut. Preferensi konsumen menunjukan minat dan keinginan konsumen terhadap kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen". Tiap konsumen mempunyai minat dan keinginan yang berbeda terhadap produk barang atau jasa yang paling mereka sukai. Perbedaan itulah yang menimbulkan heterogenitas dalam preferensi konsumen terhadap

suatu produk barang atau jasa. Irawan (2002:39) mengemukakan “ada lima dimensi yang dapat dilihat dalam mengukur kualitas pelayanan di antaranya *tangibel* (bentuk fisik), *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empaty* (perhatian)”. Dimensi-dimensi inilah yang melekat pada suatu kualitas pelayaan, yang menjadi atribut penentu bagi pelanggan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat tidak terlepas dari perkembangan ekonomi. Bisa dikatakan Padang merupakan pusat perekonomian di Provinsi Sumatera Barat. Industri-industri kecil sampai industri besar tersebar di Kota Padang, baik disektor barang maupun jasa. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab banyak ditemukannya minimarket di Kota Padang. Dengan banyak berdirinya minimarket, maka dengan sendirinya menimbulkan adanya persaingan terutama dalam hal menarik para pelanggan. Untuk itu perlu adanya riset yang mampu mengukur preferensi atau tingkat kesukaan konsumen bagi setiap perusahaan agar dapat bersaing dan menjadi bahan evaluasi yang berharga bagi perusahaan.

Konsumen yang akan diteliti adalah konsumen pada salah satu minimarket yang terletak di Kelurahan Air Tawar Kecamatan Padang Utara, yaitu minimarket Yossie. Bila dilihat kunjungan dari konsumen ke minimarket Yossie masih belum maksimal, dan masih ditemukan pelayanan-pelayanan yang kurang memuaskan bagi konsumen, misalnya sikap dari para karyawan, ketersediaan barang yang belum lengkap dan tata letak barang serta kapasitas bangunan yang dirasa belum cukup baik. Sehingga bagi minimarket Yossie, untuk menarik para pelanggan

perlu dilakukan riset pemasaran untuk mengetahui pelayanan seperti apa yang lebih disukai oleh konsumen/pelanggan. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui tentang kesukaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa adalah dengan analisis Konjoin.

Analisis Konjoin.merupakan teknik multivariat yang digunakan untuk menentukan atau memahami bagaimana responden membentuk keputusan pada sebuah produk atau pelayanan berdasarkan pada persyaratan sederhana yang dinilai melalui utilitas konsumen tentang suatu produk atau jasa atau ide yang dikombinasikan dari beberapa karakteristik atribut. Analisis Konjoin memberikan suatu ukuran kuantitatif mengenai kepentingan relatif suatu atribut terhadap atribut lain dari suatu produk / jasa, yang data pengamatannya sangat fleksibel, artinya taraf faktor dan respon dari pengamatan yang dilakukan dapat berupa data non metrik.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti atribut-atribut yang paling disukai oleh konsumen minimarket Yossie Air Tawar Padang. Penelitian itu peneliti tuangkan dalam bentuk tugas akhir yang berjudul **“Analisis Konjoin dalam Menentukan Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Minimarket Yossie Air Tawar Padang”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka perlu adanya batasan masalah agar penelitian ini lebih terarah. Untuk itu peneliti membatasi masalah pada atribut yang akan diteliti yaitu dimensi keandalan (*reliability*) yang akan menjadi atribut adalah produk, dimensi daya tanggap (*assurance*) atributnya adalah karyawan, dan dimensi bentuk fisik (*tangibel*) yang akan dijadikan sebagai atribut adalah fasilitas pelengkap minimarket.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah " kombinasi atribut-atribut apa yang paling disukai konsumen minimarket Yossie di Air Tawar Padang ?"

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi minimarket Yossie Air Tawar Padang berdasarkan persepsi pelanggan?
2. Atribut kualitas pelayanan apa yang paling disukai pelanggan?
3. Kombinasi atribut-atribut apa yang paling disukai konsumen minimarket Yossie Air Tawar Padang?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengidentifikasi atribut-atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih minimarket yang akan didatangi.

2. Mengidentifikasi tingkat kepentingan atribut-atribut tersebut.
3. Mengidentifikasi kombinasi atribut pelayanan minimarket yang diinginkan oleh konsumen.

F. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna :

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan terkait dalam mengambil kebijakan untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih baik.
2. Untuk memberikan sumbangan pengetahuan mengenai penerapan Analisis Konjoin bagi pembaca.
3. Bagi peneliti sendiri, yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai Analisis Multivariat khususnya Analisis Konjoin.