

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG PADA CARREFOUR SUNSET ROAD DENPASAR-BALI

Oleh :

CHOIRUL ANAM

ABSTRAKSI

Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Rumusan masalah dalam hal ini adalah Bagaimanakah kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali terhadap tingkat kepuasan pengunjung?. Yang menjadi tujuan adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Lokasi penelitian adalah pada Carrefour Sunset Road yang beralamat di Jl. Sunset Road – Kuta. Sampel diambil sebanyak 100 orang responden, teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan kuisioner. Data dianalisis dengan analisis kualitatif dan kuantitatif.

Dari perhitungan indek kepuasan dengan menggunakan rumus analisis skor kualitas jasa pada tingkat kepuasan pengunjung memperoleh skor sebesar 738.760 dimana point terletak antara 480.000 sampai dengan 800.000. Kita bisa mengetahui tingkat kepuasan pengunjung pada Carrefour Sunset Road Denpasar Bali bahwa pengunjung merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Dengan metode analisis ini juga dapat membantu untuk menentukan dimensi-dimensi yang perlu mendapat prioritas utama bagi kualitas pelayanan, seperti faktor ruang uji dan tempat parkir yang luas karena tingkat kesesuaiannya terendah, yaitu sebesar 90,34 persen

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Hal tersebut juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan sekarang seperti perusahaan *retail*. Pengertian *retail* menurut Kotler (2000;215) adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen akhir bagi penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan *retail* menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya.

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Philip Kotler, 2005). Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Carrefour Sunset Road Denpasar merupakan salah satu *retail* yang megah di antara beberapa *retail* seperti Hypermart, Lottemart, Hardys, Ramayana Robinson, dan Matahari Mall yang ada di kota Denpasar. Dalam gerak operasionalnya sehari-hari, Carrefour sebagai pusat pembelanjaan menyediakan berbagai aneka barang dan makanan seperti kebutuhan sehari-hari, obat-obatan, kosmetik, buah dan sayuran, pakaian, peralatan rumah tangga dan pertukangan, serta elektronik dengan berbagai jenis, *merk*, dan ukuran pada tingkat harga yang bervariasi. Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar. Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan ke dalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunakan. Dari beberapa sampel yang diambil di kotak saran *customer service* Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali dapat disimpulkan kendala yang sering dialami pengunjung adalah terjadinya selisih harga di rak *display* barang dan harga kasir, kurangnya ketersediaan kasir sehingga terjadi antrian panjang yang sering terjadi saat proses transaksi pembayaran, serta banyak barang yang sering rusak saat proses *delivery* seperti produk *furniture* dan elektronik.

Dengan kata lain, pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dari pesaingnya. Karena jika tidak demikian, Maka perusahaan akan ditinggalkan oleh pelanggannya seperti pendapat yang dikemukakan dibawah ini.

Carrefour Sunset Road Denpasar adalah salah satu perusahaan pengecer dengan skala usaha besar. Fokus terhadap konsumen diterjemahkan dalam 3 pilar

utama Carrefour, yang diyakini akan dapat membuat Carrefour menjadi pilihan tepat bagi para konsumen terutama di daerah Denpasar dan sekitarnya. Ketiga pilar utama tersebut adalah (a) harga bersaing, (b) pilihan yang lengkap, (c) pelayanan yang memuaskan. Konsep pasar serba (pasar serba ada) merupakan konsep perdagangan eceran yang diciptakan oleh Carrefour dan dirancang untuk memuaskan para konsumen. Adanya fasilitas-fasilitas lengkap seperti snack corner, food court, bahkan dengan adanya garansi harga dan garansi kualitas, maka pasar serba Carrefour merupakan tempat belanja keluarga yang nyaman.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan ini adalah:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali terhadap tingkat kepuasan pengunjung ?
2. Dimensi-dimensi pelayanan manakah yang diprioritaskan untuk diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung pada Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali terhadap tingkat kepuasan pengunjung.
2. Untuk menentukan dimensi-dimensi pelayanan yang diprioritaskan untuk diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung pada Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pelayanan yang diberikan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali kepada masyarakat yang menjadi pelanggan.
2. Kegunaan Praktis
Penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan strategi dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam menjalankan sebuah bisnis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoritis

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terkait.

2.1.2. Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

2.1.3. Jasa

Menurut Kotler (2004:476) merumuskan jasa sebagai berikut adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. Zeithaml dan Bitner (2000:2) mendefinisikan jasa itu sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas) proses-proses dan kerja untuk yang *intangible*.

2.1.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2004:59).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali beralamat di jalan Sunset Road Br. Gelogor Carik, Ds. Pemogan, Denpasar.

3.1.2 Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pengunjung.

3.2 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu:

1. Variabel bebas, yaitu variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam hal ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah kualitas pelayanan, terdiri dari: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung.
2. Variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Dalam hal ini yang termasuk dalam variabel terikat adalah tingkat kepuasan pengunjung.

3.3 Definisi Operasional

Mendefinisikan suatu variabel yang terikat dengan obyek penelitian maka dibuat beberapa pengertian batasan operasional yaitu:

1. Kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X) artinya perbandingan antara persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh atau terima dengan layanan yang sesungguhnya, yang mereka harapkan atau inginkan. Terdapat lima dimensi pokok yang mencakup masalah kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:
 - a. Keandalan (X1) artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan.
 - b. Daya tanggap (X2) artinya keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 - c. Jaminan (X3) artinya segala sesuatu yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya, yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya resiko atau keragu-raguan.
 - d. Empati (X4) artinya segala sesuatu yang diberikan oleh pihak Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali yang meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
 - e. Bukti langsung (X5) adalah suatu bentuk pelayanan yang diberikan oleh Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali yang dapat dilihat secara langsung, misalnya fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

2. Kepuasan pengunjung (Y) sebagai variabel terikat artinya evaluasi purna pelayanan dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil output sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Indikatornya antara lain sebagai berikut.
 - 1) Kinerja dari berbagai pelayanan dengan yang dirasakan pelanggan.
 - 2) Kinerja dari fasilitas yang diberikan Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali dengan yang dirasakan pelanggan.
 - 3) Tanggapan pihak Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali dalam merespon segala keluhan kepada pelanggan.
 - 4) Keramahan dari para staf atau pegawai Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali dalam memberikan pelayanan yang dirasa.

3.4 Metode Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2009:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pada Carrefour Sunset Road Denpasar Bali.

3.4.1 Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi jumlah sampel dalam penelitian ini tidak terbatas. Oleh karena itu penentuan besarnya sampel menurut Sekaran (2006:191) diperoleh dari ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. Dengan pertimbangan untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya penelitian menentukan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel responden.

3.4.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2009:120) teknik sampling yang digunakan yaitu dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena responden yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Pengunjung yang berbelanja di Carrefour Sunset Road Denpasar Bali.
2. Pengunjung yang berbelanja lebih dari satu kali di Carrefour Sunset Road Denpasar Bali.

3.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Prosedur penarikan sampel yaitu peneliti terjun langsung ke lokasi lapangan dengan menggunakan Carrefour Sunset Road Denpasar Bali sebagai tempat penarikan sampel kemudian peneliti memberikan kuisioner kepada responden sebanyak 100 responden di Carrefour Sunset Road Denpasar Bali.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan data merupakan pekerjaan yang penting dalam penelitian mengingat pentingnya arti data dalam penelitian maka dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai adalah sebagai berikut:

1. Observasi
Observasi adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan terhadap obyek yang di teliti, seperti pengamatan langsung aktivitas pelayanan kepada pengunjung yang datang.
2. Wawancara
Wawancara adalah pengumpulan data melalui Tanya jawab langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan yang berkompeten yang berhubungan dengan penelitian, seperti sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan deskripsi jabatan serta aktivitas pemasaran Carrefour Sunset Road Denpasar Bali.
3. Kuisisioner
Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden (pengunjung) berkaitan dengan tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan pada Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Kuantitatif

1. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, maka digunakan rumus indeks kepuasan konsumen.

Rumus (Tjiptono, 2008:100):

$$I_{kj} = \sum_{i=1}^n I_i (P_{ij} - H_{ij})$$

Keterangan:

- I_{kj} = Indeks kepuasan konsumen terhadap obyek j
 I_i = Pentingnya (*importance*) kepuasan untuk atribut i
 P_{ij} = Kinerja (*performance*) dari obyek j pada atribut kepuasan i
 H_{ij} = Harapan terhadap obyek j pada atribut kepuasan i

2. Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

Pengukuran kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *survey* dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara. Salah satu caranya adalah dengan meminta responden meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen. Teknik ini dikenal dengan istilah tingkat kepentingan kinerja (*importance performance analysis*).

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian tingkat kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kinerja.

Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peringkat dimensi-dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Rumus yang dipergunakan adalah (Supranto, 2007:241) :

$$T_{ki} = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

$\sum X_i$ = Skor penilaian kinerja perusahaan

$\sum Y_i$ = Skor penilaian kepentingan konsumen

Selanjutnya tingkat unsur-unsur akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius, yaitu suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang terpotong tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y})

a. Indikator-indikator yang terletak pada garis X, merupakan penilaian tingkat kinerja masing-masing indikator.

$$X = \frac{\sum X_i}{n} \times 100\%$$

Dimana:

\bar{X} = Rata-rata skor tertinggi kinerja masing-masing dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

X_i = Skor penilaian pelaksanaan atas kinerja masing-masing dimensi.

n = Jumlah responden.

X dihitung dengan rumus (Supranto, 2007:242):

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k}$$

Dimana:

\bar{X} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen

K = Banyaknya dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen

b. Indikator-indikator yang terletak pada garis Y, merupakan penilaian tingkat kepentingan masing-masing indikator.

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

\bar{Y} = Rata-rata skor tingkat kepentingan masing-masing dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Y_i = Skor penilaian-penilaian kepentingan atas masing-masing dimensi

n = Jumlah responden

\bar{Y} dihitung dengan rumus (Supranto, 2007:242):

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Dimana:

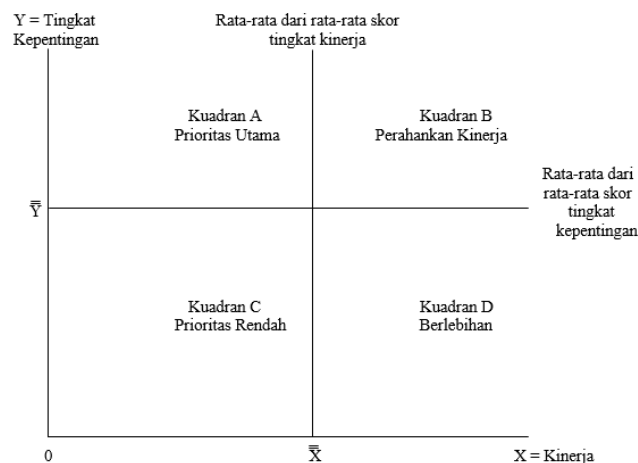
\bar{Y} = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen

K = Banyaknya dimensi yang mempengaruhi kepuasan konsumen

3. Analisis Diagram Kartesius

Sumbu mendatar (X) diisi rata-rata skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu (Y) diisi rata-rata skor tingkat kepentingan. Lebih jelasnya diagram kartesius dari atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut.

Gambar 3.1 Diagram Kartesius dari Atribut-atribut yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen



Sumber: (Supranto, 2007: 242)

- a. Kuadran A, menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang penanganannya perlu diprioritaskan, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

- b. Kuadran B, menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.
- c. Kuadran C, menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.
- d. Kuadran D, menunjukkan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut-atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan sehingga sangat memuaskan bagi konsumen.

3.6.2 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang digunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif yaitu dengan membuat uraian dari hasil penelitian dan menyajikan hasil penelitian tersebut dalam bentuk yang baik sehingga mendapatkan gambaran tentang hasil penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden akan diidentifikasi berdasarkan faktor yang dianggap relevan yaitu dari segi umur, jenis kelamin dan pekerjaan.

Dari 100 responden yang diambil secara acak dilihat dari jenis kelaminnya diperoleh 52% laki-laki dan 48% perempuan. Dilihat dari karakteristik tingkat usia, sebagian besar (68%) yaitu usia 31-40 tahun, sisanya terbagi kedalam kelompok umur ≤ 30 tahun (14%), dan kelompok umur >40 tahun (18%). Dilihat dari pekerjaannya sebagian responden sebagai sopir (58%), diikuti oleh pegawai swasta (15%), wiraswasta (27%).

4.1.2 Tingkat Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Carrefour Sunset Road pada Carrefour Sunset Road Denpasar Bali

Untuk menilai kualitas jasa yang dimaksud maka ada lima dimensi pokok kualitas jasa yang digunakan yaitu: Bukti Langsung (*tangibles*), Keandalan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*). Berdasarkan pada lampiran 1A dan lampiran 2A diketahui jumlah responden yang memilih jawaban perkategori dari 100 kuisisioner yang dibagikan. Dari hasil perhitungan masing-masing indikator maka didapatkan total skor untuk tingkat harapan (*Expectation*) sebesar **8190**.

4.1.3 Penilaian Tingkat Kinerja (*Performance*) Terhadap Kualitas Carrefour Sunset Road

Untuk menilai kinerja karyawan dan kualitas jasa yang dimaksud maka ada lima dimensi pokok kualitas jasa yang digunakan yaitu: Bukti Langsung (*tangibles*), Keandalan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*). Berdasarkan pada lampiran 1B dan 2B diketahui jumlah responden yang memilih jawaban perkategori dari 100 kuisisioner yang dibagikan. Dari hasil perhitungan masing-masing indikator maka didapatkan total skor untuk tingkat *Performance* yaitu **8278**.

4.1.4 Penilaian Tingkat Kepentingan (*Importance*) Terhadap Kualitas Pelayanan Carrefour Sunset Road

Untuk menilai kualitas jasa yang dimaksud maka ada lima dimensi pokok kualitas jasa yang digunakan yaitu: Bukti Langsung (*tangibles*), Keandalan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*). Berdasarkan pada Lampiran 1C dan 2C diketahui jumlah responden yang memilih jawaban perkategori dari 100 kuisisioner yang dibagikan. Dari perhitungan masing-masing indikator maka didapatkan total skor untuk tingkat *Importance* yaitu sebesar **8395**.

4.2 Analisis Skor

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Carrefour Sunset Road, maka digunakan analisis skor. Analisis skor menurut (Fandy Tjiptono, 2006:100) adalah pengukuran yang dilakukan dengan sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan. Rumusnya adalah:

$$\text{Skor Kualitas} = I \times (P-E)$$

Dimana:

Skor Derajat kepentingan = I (*importance*)

Skor kinerja = P (*performance*)

Skor harapan = E (*expectation*)

Berdasarkan jawaban responden pada kuisioner penilaian harapan, penilaian kinerja dan penilaian kepentingan terhadap kualitas pelayanan pada Carrefour Sunset Road, maka dapat dilakukan perhitungan indeks kepuasan total analisis skor yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Analisis skor} &= \sum I \times (\sum P - \sum E) \\ &= 8.395 \times (8.278 - 8.190) \\ &= 738.760 \end{aligned}$$

Jadi indeks kepuasan konsumen sebesar 738.760. Dimana nilai ini terletak diantara kisaran 480.000 sampai dengan 800.000. Hal ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen berada pada kriteria sangat puas.

1. Analisis atribut bukti langsung (*tangibles*)

Menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan penampilan fisik. Berbagai layanan yang diberikan meliputi penampilan fasilitas, personal, dan lain-lain. Berdasarkan penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road Carrefour Sunset Road Denpasar Bali, mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen melalui variabel *tangibles*. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan skor rata-rata masing-masing atribut dari variabel *tangibles* maka dilakukan perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

1) Pelayanan yang diberikan harus bermanfaat dan menarik

Dari penyebaran 100 kuisioner didapatkan hasil untuk tingkat kinerja memperoleh skor 439, sedangkan untuk tingkat kepentingan diperoleh skor 429. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned} Tki &= X_i/Y_i \times 100 \% \\ &= 439/429 \times 100\% \\ &= 102,33 \% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut pelayanan yang diberikan harus bermanfaat dan menarik adalah sebesar 102,33 %

Sedangkan skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$= 439/100$$

$$= 4,39$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,39

Dan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= 429/100$$

$$= 4,29$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,29

2) Penampilan gedung menarik dan mencerminkan sebuah supermarket

Dari penyebaran 100 kuisisioner kepada responden untuk tingkat kinerja memperoleh skor 437, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 412. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= 437/412 \times 100\%$$

$$= 106,07\%$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut penampilan gedung menarik dan mencerminkan sebuah Supermarket adalah sebesar 106,07%

Sedangkan skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$= 437/100$$

$$= 4,37$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,37

Dan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= 412/100$$

$$= 4,12$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,12

3) Adanya ruang uji dan tempat parkir yang luas

Dari penyebaran 100 kuisisioner kepada responden untuk tingkat kinerja memperoleh skor 374, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 414. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= 374/414 \times 100\%$$

$$= 90,34\%$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut Adanya ruang uji dan tempat parkir yang luas adalah sebesar 90,34%

Sedangkan skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 374/100 \\ &= 3,74\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 3,74

Dan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 414/100 \\ &= 4,14\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,14

4) Karyawan berpenampilan rapi

Dari penyebaran 100 kuisisioner kepada responden untuk tingkat kinerja memperoleh skor 410, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 430. Menurut rumus (Supranto, J. 2003: 241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 410/430 \times 100\% \\ &= 95,35\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut Karyawan berpenampilan rapi adalah sebesar 95,35%

Sedangkan skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 410/100 \\ &= 4,10\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,10

Dan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 430/100 \\ &= 4,30\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,30

5) Unit Carrefour Sunset Road menggunakan peralatan teknologi yang baru

Dari penyebaran 100 kuisisioner kepada responden untuk tingkat kinerja memperoleh skor 409, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 408. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 409/408 \times 100\%\end{aligned}$$

$$= 100,24\%$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut Unit Carrefour Sunset Road menggunakan peralatan teknologi yang baru adalah sebesar 100,24%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 409/100 \\ &= 4,09\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,09

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 408/100 \\ &= 4,08\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,08

2. Analisis Atribut Keandalan (*Reability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Pelayanan harus dilakukan sebaik mungkin agar dapat mencapai tingkat kepuasan konsumen atau sesuai harapan konsumen. Berdasarkan penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen melalui variabel *reability*. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan skor rata-rata masing-masing atribut dari variabel *reability* maka dilakukan perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

- 1) Karyawan mengatasi masalah dengan cepat dan mampu menenangkan konsumen

Dari penyebaran 100 kuisisioner kepada responden untuk tingkat kinerja memperoleh skor 412, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 404. Menurut rumus (Supranto,J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 412/404 \times 100 \% \\ &= 101,98\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan bersikap simpatik dan sanggup menenangkan konsumen adalah sebesar 101,98%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 412/100 \\ &= 4,12\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,12

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= 404/100 \\ &= 4,04\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,04

- 2) Melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan dan pasti akan dilakukan

Untuk tingkat kinerja memperoleh skor 411, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 419. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned}T_{ki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= 411/419 \times 100\% \\ &= 98,09\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan dan pasti akan dilakukan adalah sebesar 98,09%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= 411/100 \\ &= 4,11\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,11

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= 419/100 \\ &= 4,19\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,19

- 3) Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan

Dari penyebaran 100 kuisioner kepada responden untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan menyampaikan jasa sesuai janji, dimana tingkat kinerja memperoleh skor 427, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 405. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata adalah:

$$\begin{aligned}T_{ki} &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= 427/405 \times 100\% \\ &= 105,43\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan adalah sebesar 105,43%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$= 427/100$$

$$= 4,27$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,27

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\bar{y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= 405/100$$

$$= 4,05$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,05

3. Analisis Atribut Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap, yaitu keinginan karyawan untuk membantu dan memberikan layanan dengan tanggap dan cepat pada konsumen. Perhatian karyawan dilakukan sebaik mungkin dalam upaya mencapai kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen melalui variabel *responsiveness*. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan skor rata-rata dari variabel *responsiveness* maka dilakukan perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

1) Karyawan selalu bersedia membantu konsumen

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan bersedia membantu konsumen, untuk tingkat kinerja memperoleh skor 412, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 426. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$= 412/426 \times 100\%$$

$$= 96,71\%$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan selalu bersedia membantu konsumen adalah sebesar 96,71%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$= 412/100$$

$$= 4,12$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,12

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\bar{y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$= 426/100$$

$$= 4,26$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,26

2) Karyawan memberi informasi kapan jasa akan disampaikan

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan memberitahukan kapan pastinya jasa akan disampaikan, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 404, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 410. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= 404/410 \times 100\% \\ &= 98,54\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan memberi informasi kapan jasa akan disampaikan adalah sebesar 98,54%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= 404/100 \\ &= 4,04 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,04

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= 410/100 \\ &= 4,10 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,10

3) Menerima jasa yang cepat dari karyawan

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan, konsumen menerima jasa yang cepat dari karyawan dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 408, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 423. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= 408/423 \times 100\% \\ &= 96,45\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut konsumen jasa yang cepat dari karyawan adalah sebesar 96,45%.

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= 408/100 \\ &= 4,08 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,08

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= 423/100 \\ &= 4,23\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,23

4) Sifat Pencatatan transaksi akurat

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan mencatat transaksi secara akurat, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 413, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 445. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}&= 413/445 \times 100 \% \\ &= 92,81\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut sifat pencatatan transaksi akurat adalah sebesar 92,81%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= 413/100 \\ &= 4,13\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,13

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= 445/100 \\ &= 4,45\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,45

4. Analisis Atribut Jaminan (*Assurance*)

Kepercayaan dan keyakinan ditanamkan kepada konsumen melalui pengetahuan yang dimiliki karyawan, kesopanan dan kompetensi karyawan. Berdasarkan penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan Carrefour Sunset Road mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen melalui variabel *assurance*. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan skor rata-rata masing-masing atribut dari variabel *assurance* maka dilakukan perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

1) Karyawan harus sopan

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan yang terpercaya, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 414, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 435. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}
 & Y_i \\
 & = 414/435 \times 100 \% \\
 & = 95,17\%
 \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut kesopanan karyawan adalah sebesar 95,17%
Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}
 \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\
 &= 414/100 \\
 &= 4,14
 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,14

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\begin{aligned}
 \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\
 &= 435/100 \\
 &= 4,35
 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,35

2) Karyawan harus terpercaya

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan mempunyai sikap yang sopan, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 419, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 421. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned}
 T_{ki} &= X_i/Y_i \times 100\% \\
 &= 419/421 \times 100 \% \\
 &= 99,52\%
 \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan harus terpercaya adalah sebesar 99,52%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\begin{aligned}
 \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\
 &= 419/100 \\
 &= 4,19
 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,19

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}
 \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\
 &= 421/100 \\
 &= 4,21
 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,21

3) Karyawan harus memberikan perhatian personal

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan memberikan perhatian personal, dimana untuk tingkat kinerja

memperoleh skor 411, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 411. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 411/411 \times 100\% \\ &= 100\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan harus memberikan perhatian personal adalah sebesar 100%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja adalah:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 411/100 \\ &= 4,11 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,11

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah:

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 411/100 \\ &= 4,11 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,11

- 4) Karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai tentang pelayanan yang diberikan

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai tentang pelayanan yang diberikan, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 398, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 417. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 398/417 \times 100\% \\ &= 95,44\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai tentang pelayanan yang diberikan adalah sebesar 95,44%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 398/100 \\ &= 3,98 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 3,98

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 417/100 \end{aligned}$$

$$= 4,17$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,17

5) Perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan konsumen merasa aman saat melakukan transaksi dengan karyawan, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 420, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 436. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 420/436 \times 100\% \\ &= 96,33\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan adalah sebesar 96,33%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 420/100 \\ &= 4,20 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,20

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 436/100 \\ &= 4,36 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,36

5. Analisis Atribut Empati (*Empathy*)

Kemudahan menjalin relasi, komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan individual konsumen merupakan harapan sebagian besar konsumen/pengguna layanan jasa. Berdasarkan penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan jasa Carrefour Sunset Road mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen melalui variabel *emphaty*. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan skor rata-rata masing-masing atribut dari variabel *emphaty* maka dilakukan perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

1) Karyawan memahami kebutuhan konsumen

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan mamahami kebutuhan konsumen, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 413, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 414. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 413/414 \times 100\% \\ &= 99,76\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan memahami kebutuhan konsumen adalah sebesar 99,76%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 413/100 \\ &= 4,13\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,13

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 414/100 \\ &= 4,14\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,14

2) Karyawan bersungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan karyawan memperhatikan kepentingan konsumen, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 418, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 426. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \\ &= 418/426 \times 100\% \\ &= 98,12\%\end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut karyawan bersungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen adalah sebesar 98,12%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum Xi}{n} \\ &= 418/100 \\ &= 4,18\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,18

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\sum Yi}{n} \\ &= 426/100 \\ &= 4,26\end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,26

3) Waktu beroperasi harus sesuai

Dari 100 responden yang diteliti untuk memberikan jawaban atas pertanyaan waktu beroperasi harus sesuai, dimana untuk tingkat kinerja memperoleh skor 429, sedangkan untuk tingkat kepentingan memperoleh skor 410. Menurut rumus (Supranto, J. 2003:241) maka perhitungan tingkat kesesuaian dan skor rata-rata yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= \frac{\sum X_i}{Y_i} \times 100\% \\ &= \frac{429}{410} \times 100\% \\ &= 104,63\% \end{aligned}$$

Jadi tingkat kesesuaian untuk atribut waktu beroperasi harus sesuai adalah sebesar 104,63%

Skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum X_i}{n} \\ &= \frac{429}{100} \\ &= 4,29 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata kualitas pelayanan terhadap kinerja sebesar = 4,29

Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan yaitu:

$$\begin{aligned} \bar{Y} &= \frac{\sum Y_i}{n} \\ &= \frac{410}{100} \\ &= 4,10 \end{aligned}$$

Jadi skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan adalah sebesar = 4,26

Dari kesimpulan diatas dapat dilihat bahwa Carrefour Sunset Road mempunyai ruang uji dan tempat parkir yang luas, yang perlu mendapatkan prioritas utama, dimana tingkat kesesuaiannya sebesar 90,34%. Sedangkan yang mendapat prioritas paling akhir adalah penampilan gedung yang menarik mencerminkan sebuah Supermarket dengan tingkat kesesuaian sebesar 106,07%.

4.2.1 Analisis tingkat kepentingan dan kinerja untuk seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Rata-rata derajat kepentingan (*importance*) dan rata-rata kinerja (*performance*) dihitung dari total skor untuk setiap atribut/kualitas pelayanan yang diperoleh, kemudian nilai rata-rata tersebut dijadikan dasar untuk menggambar grafik dua dimensi. Perhitungannya seperti dibawah ini:

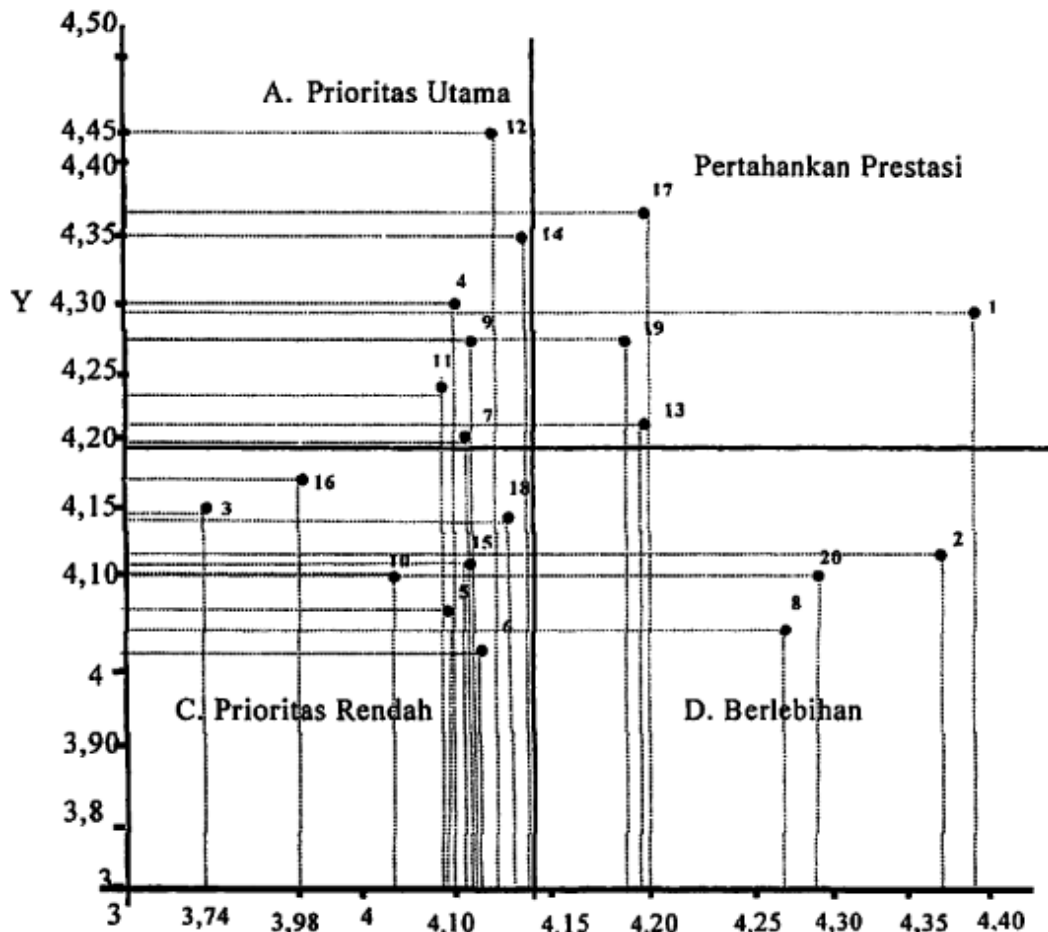
- 1) Perhitungan rata-rata dari rata-rata skor kinerja pelaksanaan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{k} \\ &= \frac{4,39+4,37+3,74+4,10+4,09+4,12+4,11+4,27+4,12+4,04}{20} \\ &\quad + \frac{4,08+4,13+4,19+4,14+4,11+3,98+4,20+4,13+4,18+4,29}{20} \\ &= \frac{82,78}{20} \\ &= 4,14 \end{aligned}$$

- 2) Perhitungan rata-rata skor kepentingan pelaksanaan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

$$\begin{aligned}
 Y &= \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{k} \\
 &= \frac{4,29+4,12+4,14+4,30+4,08+4,04+4,19+4,05+4,26+4,10}{20} \\
 &\quad + \frac{4,23+4,45+4,21+4,35+4,11+4,17+4,36+4,14+4,26+4,10}{20} \\
 &= \frac{83,95}{20} \\
 &= 4,19
 \end{aligned}$$

Selanjutnya nilai yang didapatkan tersebut dimasukkan kedalam diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 bagian. Seperti pada gambar dibawah ini:
 Gambar 4.1 Diagram kartesius dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen



Dari gambar diagram kartesius diatas, dapat dijelaskan bahwa hasil pengukuran kepuasan konsumen dari indicator kualitas pelayanan berdasarkan kinerja dan derajat kepentingannya memungkinkan Carrefour Sunset Road dapat menitikberatkan usaha-usaha perbaikan untuk kualitas pelayanan pada masing-

masing kuadran. Adapun interpretasi masing-masing kuadran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Carrefour Sunset Road yang penanganannya perlu diprioritaskan karena keberadaan faktor ini sangat penting oleh konsumen, namun tingkat pelaksanaannya belum memuaskan. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

1. Atribut No.4 : karyawan berpenampilan rapi
2. Atribut No.7 : melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan dan pasti akan dilakukan
3. Atribut No.9 : karyawan selalu bersedia membantu konsumen
4. Atribut No.11 : menerima jasa yang cepat dari karyawan
5. Atribut No.12 : sifat pencatatan transaksi yang akurat
6. Atribut No.14 : karyawan yang terpercaya

2. Kuadran B (Pertahankan Kinerja)

Menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Carrefour Sunset Road yang perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan. Adapun atribut-atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

1. Atribut No.1 : pelayanan yang diberikan dapat bermanfaat dan menarik
2. Atribut No.13 : karyawan mempunyai sikap yang sopan
3. Atribut No.17 : perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan
4. Atribut No.19 : karyawan bersungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dinilai masih kurang penting bagi konsumen. Sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

1. Atribut No.3 : adanya ruang uji dan tempat parkir yang luas
2. Atribut No.5 : unit Carrefour Sunset Road menggunakan alat teknologi yang baru
3. Atribut No.6 : karyawan mengatasi masalah dengan cepat dan mampu menenangkan konsumen
4. Atribut No.10 : karyawan memberitahukan konsumen kapan pastinya jasa akan disampaikan
5. Atribut No.15 : karyawan memberikan perhatian personal
6. Atribut No.16 : karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai tentang pelayanan yang diberikan

7. Atribut No.18 : karyawan memahami kebutuhan konsumen
4. Kuadran D (Berlebihan)
Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini

terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting. Atribut yang berada dalam kuadran ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap pelaksanaannya berlebihan. Atribut ini kurang terlalu penting bagi konsumen akan tetapi pelaksanaannya sudah dapat memuaskan konsumen. Atribut yang berada pada kuadran ini adalah:

1. Atribut No.2 : penampilan gedung menarik dan mencerminkan sebuah Supermarket
2. Atribut No.8 : menyampaikan jasa sesuai waktu yang telah dijanjikan
3. Atribut No.20 : waktu beroperasi harus sesuai

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil analisis data pada BAB V, maka kesimpulan yang dapat disampaikan tentang kualitas pelayanan kaitannya dengan kepuasan pengunjung adalah sebagai berikut :

1. Kita bisa mengetahui tingkat kepuasan pengunjung pada Carrefour Sunset Road Denpasar Bali bahwa pengunjung merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, dimana dari perhitungan indek kepuasan dengan menggunakan rumus analisis skor kualitas jasa pada tingkat kepuasan pengunjung memperoleh skor sebesar 738.760 dimana point terletak antara 480.000 sampai dengan 800.000 hal ini berarti pengunjung merasa sangat puas.
2. Dengan metode analisis ini juga dapat membantu untuk menentukan dimensi-dimensi yang perlu mendapat prioritas utama bagi kualitas pelayanan, seperti faktor ruang uji dan tempat parkir yang luas karena tingkat kesesuaiannya terendah, yaitu sebesar 90,34 persen.

5.2 Saran-Saran

Sesuai dengan kesimpulan diatas dapat diajukan saran-saran untuk kualitas pelayanan pada Carrefour Sunset Road Denpasar Bali dimana Untuk atribut yang mendapat prioritas utama dan prioritas rendah, keduanya tetap harus diperhatikan dan kedepannya kinerja masing-masing perlu ditingkatkan. Demikian saran yang dapat disampaikan. Semoga dapat menjadi masukan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Carrefour Sunset Road Denpasar-Bali yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- J, Supranto. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi Lima. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- _____. 2007. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk memenangkan Persaingan Bisnis*. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhallindo
- _____. Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terjemahan Drs. Benyamin Molan. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- _____. Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, Uma 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.
- _____. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- _____. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit C.V ANDI OFFSET edisi II Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.