

# ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS LAYANAN DAN HARGA PADA INDOMARET KECAMATAN BANDAR SEIKIJANNG KABUPATEN PELALAWAN

Putri Hutagalung<sup>1)</sup>, Aida Nursanti<sup>2)</sup>, Jushermi<sup>2)</sup>

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : [putrihutagalung25@gmail.com](mailto:putrihutagalung25@gmail.com)

*Analysis Of Customer Satisfaction Level On Service Quality And Prices At Indomaret District Andar Seikijannng Pelalawan District*

## ABSTRACT

*The aim of this research is to determine the level of customer satisfaction at Indomaret, Bandar Seikijang District, Pelalawan Regency in terms of service quality based on the physical evidence dimension (tangible), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), guarantee (assurance), empathy (empathy), and prices, regarding the quality of service and prices at Indomaret, Bandar Seikijang sub-district, Pelalawan Regency. The population in this study were all unknown customers of Indomaret, Bandar Seikijang District, Pelalawan Regency (indefinite), with a sample size of 100 respondents. Primary data was collected using a questionnaire as an instrument to prove the research results, to test the hypothesis in this research using the method Importance Analysis Performance (IPA) with the program Statistical Product and Service (SPSS) version 25. The results of this research show that the comparison results between performance and negative expectations (less satisfied) were obtained. This negative gap shows that the performance of Indomaret, Bandar Seikijang District, Pelalawan Regency is still below customer expectations. With the biggest gap lying in dimensions tangible on employee appearance attributes and the lowest gap lies in the price variable on the attribute of price suitability with product quality as much as possible. Meanwhile, in the Cartesian diagram, quadrant I is the main priority quadrant where there are 9 items that must be repaired immediately.*

*Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Price,, Importance Analysis Performance (IPA)*

## PENDAHULUAN

Minimarket adalah suatu bentuk bisnis retail yang berkembang pesat, dan berkat lokasinya yang mudah dijangkau dan dekat dengan konsumen, yang menekankan kemudahan dan kecepatan, minimarket juga melayani berbagai

kebutuhan sehari-hari. Minimarket menawarkan lingkungan belanja yang aman, bersih dan kualitas produk yang lebih terjamin daripada di pasar tradisional, harga produk yang menguntungkan, sehingga para konsumen bisa membeli kebutuhan sehari-hari yang berbeda dalam waktu singkat. Minimarket harus

bisa menawarkan manfaat berupa produk dan jasa yang tersedia bagi konsumen, menarik perhatian dan minat berbelanja, serta terpuaskan karena kebutuhannya terpenuhi secara memadai.

Dalam dunia bisnis, pesaing seperti Alfamart dan Indomaret memiliki sistem pelayanan dan strategi pemasaran yang hampir sama, namun pada kenyataannya kedua tokoh ini memiliki tingkat penjualan yang cukup berbeda. Bila ditinjau kedua minimarket tersebut dapat dikatakan seimbang karena hampir seluruh wilayah Indonesia selalu berdekatan, dimana Alfamart termasuk Indomaret. Saat ini sudah banyak bermunculan dalam bentuk supermarket, minimarket atau toko sejenis di Kabupaten Pelalawan.

Di wilayah Kecamatan Bandar Seikijang khususnya di Desa Simpang Beringin dapat dikatakan cukup strategi untuk mencari tempat agar memudahkan pelanggan dalam mengaksesnya. Lokasinya yang berada di pinggir jalan dan dekat dengan perbatasan Pekanbaru dan Pelalawan dan di Desa Seikijang dekatnya dengan fasilitas umum lainnya seperti Bank, Masjid, Puskesmas Bandar Seikijang, sehingga memudahkan pelanggan berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, untuk memberikan kepuasan pelanggan, Indomaret menawarkan layanan berkualitas yang tidak diragukan lagi menjamin kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, sebagian masyarakat di kawasan Simpang Beringin dan Seikijang masih berbelanja di toko-toko tradisional seperti warung atau pasar. Dari segi segmen pasar yang sangat

berbeda, manajemen dalam hal ini akan berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memuaskan kepuasan pelanggan. Pelayanan terbaik bagi perusahaan retail meliputi pelayanan berupa 3S (Senyum, Sapa, Salam). Sedangkan layanan tidak langsung dapat berupa kenyamanan pelanggan saat berbelanja, keindahan toko, kelayakan produk yang dijual, keamanan toko dan fasilitas lainnya yang dapat dirasakan tetapi tidak dikomunikasikan secara langsung kepada pelanggan.

Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), dimana terdapat 48 unit minimarket di Pelalawan. Ada toko Alfamart yang izinnya diterbitkan oleh PT Sumber Alfaria yang beroperasi sebanyak 30 unit/toko, sedangkan kegiatan Indomaret diterbitkan oleh PT Indomarco Prismautama di Pelalawan sebanyak 18 unit/toko. Minimarket merupakan jenis pasar modern yang gencar meningkatkan jumlah gerai dan sistem waralaba untuk menambah jumlah gerai. Sistem ini juga diterapkan oleh jaringan minimarket terbesar, Indomaret dan Alfamart. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, berarti setiap perusahaan memiliki kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Hal ini terlihat jelas dengan semakin banyaknya perusahaan, termasuk komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci dari memenangkan persaingan diyakini memberikan nilai dan kepuasan pelanggan dengan menawarkan produk dan layanan berkualitas dengan harga bersaing.

Seorang pelanggan, jika puas dengan nilai yang ditawarkan produk atau layanan, kemungkinan besar akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan pra survey melalui 3 aspek seperti kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan dengan responden sejumlah 30. Hasil pra survey tersebut menunjukkan tingkat kepuasan Pelanggan pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan sangat puas sebesar 93,33%, responden memilih bahwa kualitas layanan Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan puas, 86,66% dan kemudian responden memilih bahwa harga puas, 80%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari riset penelitian dilakukan para pelanggan Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan merasa puas terhadap pelayanan dan harga yang telah diberikan oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan.

Dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yaitu mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan harga pada Indomaret. Dalam penelitian ini, sasaran penelitian adalah remaja dan orang dewasa/orang tua yang pernah membeli di Indomaret. Survei dilakukan di Simpang Beringin dan Desa Sekijang, Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan Dan Harga Pada Indomaret**

**Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan ”**. Dengan demikian, masalah yang hendak dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas layanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan?
2. Strategi apa yang sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada minimarket Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Kotler dan Amstrong mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perusahaan untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dengan menggunakan metode yang menguntungkan bagi perusahaan.

Shultz dalam Manap (2016) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai perencanaan, pengarahannya serta melakukan kontrol untuk seluruh kegiatan pemasaran pada departemen perusahaan sebuah perusahaan ataupun perusahaan tersebut.

### **Kualitas Layanan**

Tjiptono dan Chandra (2016) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kasmir (2017) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah tindakan individu ataupun organisasi yang bertujuan untuk

memuaskan pelanggan dan karyawan .

Sementara itu, dalam mengevaluasi jasa tidak berwujud, konsumen biasanya menggunakan karakteristik atau faktor berikut (Parasuraman dalam Tjiptono, 2008):

1. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan staf dan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang bertanggung jawab.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan keandalan personel, tanpa resiko, bahaya, atau keraguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan memenuhi harapan pelanggan.

### **Harga**

Kotler dan Armstrong (2011) mengemukakan bahwa, harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang ditawarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya mewakili biaya. Harga juga

merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.

Harga suatu produk merupakan ukuran nilai kepuasan seseorang terhadap suatu produk yang dibelinya. Seseorang akan bersedia membayar untuk suatu produk yang mahal jika terdapat nilai kepuasan yang diharapkan tinggi dari produk yang dibelinya. Sebaliknya jika seseorang mendapati bahwa kepuasannya terhadap suatu produk rendah, mereka tidak akan bersedia membayar atau membeli produk tersebut dengan harga tinggi.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kotler menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang mereka rasakan dengan harapan mereka. Dengan demikian, tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

Kotler P., Ang, Leong, & Tan (2002) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dirasakannya dengan harapannya. Oleh karena itu, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*performance*) dan harapan (*expectation*).

Ada 8 strategi yang harus diterapkan oleh banyak perusahaan untuk memuaskan pelanggan, antara lain (Tjiptono & Candra, 2011):

1. Manajemen ekspetisi pelanggan. Harapan pelanggan terbentuk dan didasarkan pada banyak faktor seperti pengalaman belanja masa lalu, pendapat dari teman dan keluarga, serta

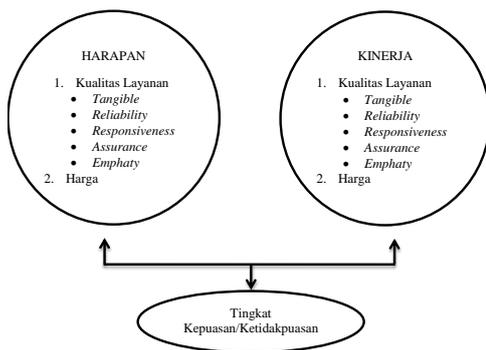
informasi dan janji dari perusahaan dan pesaingnya (Kotler, et al, 2004).

2. *Relationship Marketing*, Berry (2002) mengatakan bahwa *relationship marketing* adalah filosofi, bukan hanya strategi. *Relationship marketing* juga merupakan cara berpikir tentang pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan hanya seperangkat alat, teknik, dan taktik. Dengan kata lain, *relationship marketing* merupakan pendekatan terintegrasi atau holistik yang memperkuat kemampuan pemasaran perusahaan. Fokus pada upaya memelihara hubungan positif jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan.
3. *Aftermarketing*, intinya menekankan pentingnya menargetkan pelanggan saat ini (*current customer*) sebagai cara yang lebih hemat biaya untuk membangun bisnis yang menguntungkan.
4. *Retensi* pelanggan, dapat dilihat sebagai cerminan dari defeksi pelanggan (*customer defection*), di mana tingkat retensi yang tinggi memiliki dampak yang sama dengan defeksi kerusakan yang rendah. Akibatnya, upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk beralih pemasok.
5. *Superior customer service*, yang dicapai dengan menawarkan layanan yang lebih baik dari pada pesaing. Bentuk layanan pelanggan yang dikembangkan oleh masing-masing perusahaan meliputi garansi, jaminan, pelatihan penggunaan produk, konsultasi teknis, saran penggunaan produk alternatif, peluang pengembalian/penggantian produk yang tidak memuaskan, perbaikan komponen yang rusak/cacat, penyediaan suku cadang pengganti, kontak tindak lanjut dengan pelanggan, informasi berkala dari perusahaan, Klub/organisasi pengguna produk, pemantauan dan adaptasi produk untuk memenuhi perubahan kebutuhan pelanggan dan banyak lagi.
6. *Technology infusion*, Teknologi dapat digunakan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman *service encounter*. Menurut Bitner, Brown dan Meuter (2000), teknologi memiliki potensi besar sebagai fasilitator untuk memenuhi kepuasan pelayanan, baik bagi pelanggan maupun karyawan. Mereka merumuskan *technology infusion matrix* yang berfungsi sebagai kerangka kerja untuk mengembangkan strategi untuk memanfaatkan teknologi untuk mencapai kepuasan pelanggan.
7. Sistem Penanganan Komplain Secara Efektif, penanganan keluhan yang efektif menawarkan kesempatan untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas dengan produk / layanan perusahaan (atau bahkan "pelanggan abadi").
8. Pemulihan pelayanan, Apa yang membuat perbedaan yang signifikan antara penyedia

layanan yang unggul dan penyedia layanan yang buruk adalah kemampuan untuk mengatasi masalah dan belajar dari kegagalan layanan, serta melakukan perbaikan untuk meningkatkan layanan organisasi.

### Kerangka Penelitian

Gambar Kerangka Penelitian



### Hipotesis

- H1 = Diduga pelanggan cukup puas atas kualitas layanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan.
- H2 = Diduga strategi retensi pelanggan sesuai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Indomaret Kecamatan Bandar Kabupaten Pelalawan.

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan dan Harga Pada Indomaret dilakukan di Simpang Beringin dan Desa Seikijang Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau, Indonesia.

### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel didalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *sampling purposive* yang mengukur dampak Tingkat Kepuasan Pelanggan atas variabel Kualitas Layanan dan Harga Pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Hair et al.* Pada penelitian ini, jumlah indikator dari tiap variabel adalah 20 indikator, maka: Sampel = 5 x Jumlah indikator = 5 x 20 Indikator = 100 Sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer adalah dari hasil wawancara atau hasil dari pengisian kuesione dari responden yang terpilih dan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, baik berupa buku-buku literatur, artikel, internet, serta dokumen lain yang dijadikan landasan teori yang dapat dijadikan pedoman dan evaluasi dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan alat statistik yang digunakan adalah SPSS 25.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah uji yang disyaratkan dalam penelitian dengan menggunakan instrumen kuesioner, tujuannya agar data yang

diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Uji ini terdiri dari atas uji validitas dan reliabilitas. Dari pengujian yang dilakukan diperoleh nilai r tabel dengan  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98 = 0,1966$  (lihat r tabel dengan  $df = 98$ ), dan dari tabel tersebut dapat diperoleh nilai r hitung seluruh pernyataan  $> r$  tabel (0,1966). Artinya adalah alat ukur yang digunakan valid. Kemudian koefisien alpha yang digunakan  $> 0,6$  yang artinya indikator tersebut dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

### Uji Validitas Uji Validitas Kualitas Layanan

**Tabel 1**

No	Variabel	Indikator	r hitung		r tabel	Kesimpulan
			Harapan	Kinerja		
1	Tangible	T1	0,430	0,563	0,196	Valid
		T2	0,600	0,454	0,196	Valid
		T3	0,579	0,298	0,196	Valid
		T4	0,570	0,678	0,196	Valid
		T5	0,675	0,577	0,196	Valid
2	Reliability	R1	0,673	0,571	0,196	Valid
		R2	0,611	0,507	0,196	Valid
		R3	0,683	0,550	0,196	Valid
3	Responsiveness	RP1	0,603	0,701	0,196	Valid
		RP2	0,539	0,582	0,196	Valid
		RP3	0,613	0,461	0,196	Valid
4	Assurance	A1	0,521	0,707	0,196	Valid
		A2	0,575	0,605	0,196	Valid
		A3	0,492	0,360	0,196	Valid
5	Empathy	E1	0,546	0,498	0,196	Valid
		E2	0,637	0,492	0,196	Valid
		E3	0,565	0,550	0,196	Valid

Sumber: Data olahan 2023

Dapat dilihat dari tabel diatas data kinerja dan harapan pada kelima dimensi kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) diperoleh nilai r hitung dari masing-masing indikator lebih besar dari r tabel. artinya alat ukur yang digunakan valid.

### Uji Validitas Harga

**Tabel 2**

No	Variabel	Indikator	r hitung		r tabel	Kesimpulan
			Harapan	Kinerja		
1	Harga	H1	0,477	0,434	0,196	Valid
		H2	0,567	0,565	0,196	Valid
		H3	0,502	0,527	0,196	Valid

Sumber: Data olahan, 2023

Dapat dilihat dari tabel diatas data kinerja dan harapan pada

variabel harga diperoleh nilai r hitung dari masing-masing indikator lebih besar dari r tabel, artinya alat ukur yang digunakan valid. Dengan demikian, kuesioner dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3**

Variabel	Alpha		Nilai Kritis	Kesimpulan
	Harapan	Kinerja		
<b>Kualitas Layanan</b>				
<i>Tangible</i>	0,746	0,740	0,6	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,729	0,630	0,6	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,703	0,637	0,6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,608	0,636	0,6	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,623	0,754	0,6	Reliabel
<b>Harga</b>	0,651	0,662	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan,2023

Dari tabel 3 diatas hasil penelitian menunjukkan nilai *Crobach's Alpha* atas variabel kualitas layanan dan harga lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan ini diajukan kembali diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

### Uji Importance Performance Analysis (IPA)

#### Menghitung Tingkat Kesesuaian

Adapun untuk menghitung tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan sebagai berikut (Tjiptono,2008):

$$IKP = PP - EX$$

Keterangan:

IKP : Indeks Kepuasan Pelanggan

PP : *Perceived*

*Performance/Kinerja*

EX : *Expectation/Harapan*

**Tabel 4**

No	Indikator Variabel	Harapan	Kinerja	Gap	Tingkat Kepuasan	$\bar{Y}$	$\bar{X}$
<b>1. KUALITAS LAYANAN</b>							
<i>Tangible</i>							
1	Penampilan karyawan	427	405	-22	Kurang Puas	4,27	4,05
2	Fasilitas kenyamanan saat berbelanja	426	429	3	Sangat Puas	4,26	4,29
3	Varian merek/produk yang tersedia	431	431	0	Puas	4,31	4,31
4	Tempat parkir yang luas dan aman	438	419	-19	Kurang Puas	4,38	4,19
5	Lokasi yang mudah dijangkau(strategis)	430	439	9	Sangat Puas	4,3	4,39
<i>Reliability</i>							
6	Petugas kasir yang terampil	430	418	-12	Kurang Puas	4,3	4,18
7	Kecepatan pelayanan meskipun dijam-jam sibuk	430	421	-9	Kurang Puas	4,3	4,21
8	Kecepatan jumlah penagihan/billing	442	442	0	Puas	4,42	4,42
<i>Responsiveness</i>							
9	Kesediaan membantu pelanggan	430	411	-19	Kurang Puas	4,3	4,11
10	Sikap dalam menerima masukan dan keluhan pelanggan	428	411	-17	Kurang Puas	4,28	4,11
11	Kecepatan karyawan merespon.	432	433	1	Sangat Puas	4,32	4,33
<i>Assurance</i>							
12	Jaminan produk (halal, higienis, dan aman) dikonsumsi	447	449	2	Sangat Puas	4,45	4,49
13	Aman saat berbelanja	435	436	1	Sangat Puas	4,35	4,36
14	Reputasi Indomaret	432	416	-16	Kurang Puas	4,32	4,16
<i>Emphaty</i>							
15	Melayani pelanggan dengan sopan, santun dan ramah	444	445	1	Sangat Puas	4,44	4,45
16	Menghargai setiap pelanggan	441	421	-20	Kurang Puas	4,41	4,21
17	Selalu siap membantu bila diperlukan	435	419	-16	Kurang Puas	4,35	4,19
<b>2. HARGA</b>							
18	Keterjangkauan harga	420	410	-10	Kurang Puas	4,2	4,1
19	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	432	425	-7	Kurang Puas	4,32	4,25
20	Potongan harga yang diberikan	443	446	3	Sangat Puas	4,43	4,46
<b>Total</b>				<b>-147</b>	<b>Kurang Puas</b>	<b>86,71</b>	<b>85,26</b>
<b>Rata-rata</b>				<b>-7,35</b>	<b>Puas</b>	<b>4,33</b>	<b>4,26</b>

Sumber: Data Olahan, 2023

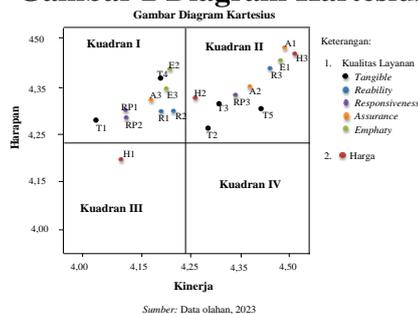
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hampir secara keseluruhan kualitas layanan dan harga yang diberikan Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan dinilai belum dapat memuaskan pelanggan karena rata-rata berada pada kategori *kurang puas*. Hal ini perlu diperhatikan bagi pihak Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan untuk meningkatkan kinerjanya. Namun ada beberapa atribut yang berada pada kategori *sangat puas* yang harus dipertahankan kualitas pelayanannya bagi Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan, diantaranya pada dimensi keandalan (*tangible*) yaitu pada atribut fasilitas kenyamanan berbelanja, dan lokasi

yang mudah dijangkau (strategis), pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yaitu pada atribut kecepatan karyawan merespon. Pada dimensi jaminan (*assurance*) pada atribut jaminan produk (halal, higienis, dan aman) dikonsumsi, dan aman saat berbelanja., pada dimensi empati (*emphaty*) yaitu pada atribut melayani pelanggan dengan sopan, santun, dan ramah. Pada harga yaitu pada atribut potongan harga yang diberikan.

Untuk *gap* tertinggi dengan angka -22 terdapat pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan atributnya penampilan karyawan. Atribut ini menjadi *gap* tertinggi karena penampilan karyawan Indomaret yang kurang rapi.

Untuk *gap* terendah dengan angka -7 terdapat pada harga dengan atributnya kesesuaian harga dengan kualitas produk. Atribut ini menjadi *gap* terendah karena pelanggan menilai harga sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

**Gambar 2 Diagram Kartesius**



**1. Kuadran I**

Pada kuadran ini atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi kurang mendapat perhatian dari Indomaret Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan sehingga pelanggan kurang puas. Terdapat 9 atribut yang berada dalam kuadran ini yang menjadi prioritas

utama bagi Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan, yaitu: penampilan karyawan, tempat parkir yang luas dan aman, petugas kasir yang terampil., kecepatan pelayanan meskipun dijam-jam sibuk, kesediaan membantu pelanggan, sikap dalam menerima masukan dan keluhan pelanggan, reputasi Indomaret, menghargai setiap pelanggan, selalu siap membantu bila diperlukan

## 2. Kuadran II

Pada kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja dari pihak perusahaan juga sudah sangat baik, sehingga pelanggan merasa puas. atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah: fasilitas kenyamanan berbelanja, varian merek/produk yang tersedia, lokasi yang mudah dijangkau (strategis), ketepatan jumlah penagihan/billing, kecepatan karyawan merespon, jaminan produk (halal, higienis, dan aman) dikonsumsi, aman saat berbelanja, melayani pelanggan dengan sopan, santun dan ramah, kesesuaian harga dengan kualitas produk, potongan harga yang diberikan

## 3. Kuadran III

Kuadran III prioritas rendah, menjelaskan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya cukup ataupun biasa-biasa aja. Faktor yang termasuk pada kuadran III yaitu: keterjangkauan harga

### 1) Kuadran IV

Atribut-atribut yang termasuk kuadran IV atau berlebihan, dimana tingkat kinerja yang tinggi namun

harapan yang rendah dari konsumen. Atribut- Atribut yang termaduk dalam kuadran ini dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu berlebihan oleh pelanggan. Faktor yang termasuk pada kuadran IV tidak terdapat pada kuadran IV.

## Pengujian Hipotesis

1. Berdasarkan diagram kartesius dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atas kualitas layanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan belum memuaskan karena dapat dilihat dari sedikitnya indikator yang berada dalam kuadran II dan menolak hipotesis pertama yang mengatakan diduga tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas layanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan dari dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) cukup memuaskan.
2. Dari diagram kartesius dapat disimpulkan atribut yang perlu ditingkatkan kualitas layanannya adalah kinerja karyawan Indomaret demi kepuasan pelanggan yang maksimal, hal ini mendukung hipotesis kedua yang mengatakan diduga strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan retensi pelanggan, dimana karyawan Indomaret memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk beralih/berpindah. Beberapa aspek juga harus

diperbaiki/dipertahankan oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan adalah: penampilan karyawan, tempat parkir yang luas dan aman, petugas kasir yang terampil, kecepatan pelayanan meskipun dijam-jam sibuk, kesediaan membantu pelanggan, sikap dalam menerima masukan dan keluhan pelanggan, reputasi Indomaret, menghargai setiap pelanggan, selalu siap membantu bila diperlukan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari keseluruhan variabel kualitas layanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan diperoleh antara harapan dan kinerja terdapat kesenjangan negatif. Kesenjangan negatif ini menunjukkan bahwa kinerja Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan masih berada dibawah harapan pelanggan. Dengan kesenjangan tertinggi terletak pada atribut penampilan karyawan dan kesenjangan terendah terletak pada atribut kesesuaian harga dengan kualitas barang. Hal ini menunjukkan masih banyak pelanggan yang belum puas dengan kinerja yang diberikan oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan.
2. Berdasarkan dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) Indomaret

Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan harus segera memperbaiki kinerja pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan, adapun atribut atau indikator tersebut adalah penampilan karyawan, tempat parkir yang luas dan aman, petugas kasir yang terampil, kecepatan pelayanan meskipun dijam-jam sibuk, kesediaan membantu pelanggan, sikap dalam menerima masukan dan keluhan pelanggan, reputasi Indomaret, menghargai setiap pelanggan, selalu siap membantu bila diperlukan.

3. Kepuasan pelanggan Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan dapat dilihat dari tabel acuan kecukupan kualitas pelayanan dan harga pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan **kurang puas**.

### Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka penulis memberikan saran-saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan, yaitu sebagai berikut:

1. Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang hendaknya memperbaiki dan meningkatkan atribut dalam semua kuadran khususnya pada atribut Penampilan Karyawan, jadi Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan harus memperhatikan penampilan karyawan agar sesuai dengan harapan

pelanggan dengan kerapihan penampilan karyawan yang dirasa kurang oleh pelanggan salah satunya menggunakan strategi *retensi pelanggan* semaksimal mungkin loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pada atribut tempat parkir yang luas dan aman, petugas kasir yang terampil, kesediaan membantu pelanggan, kecepatan pelayanan meskipun dijam-jam sibuk, reputasi Indomaret, menghargai setiap pelanggan, selalu siap membantu bila diperlukan. Kinerja pada atribut-atribut diatas harus segera diperbaiki oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan agar sesuai dengan harapan pelanggan salah satunya dengan menggunakan *retensi pelanggan*.
3. Atribut fasilitas kenyamanan berbelanja, varian produk/merek, lokasi yang mudah dijangkau (strategis), ketepatan jumlah penagihan/billing, kecepatan karyawan merespon, jaminan produk (halal, higienis, dan aman) dikonsumsi, aman saat berbelanja, melayani pelanggan dengan sopan, santun, dan ramah, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan potongan harga yang diberikan hendaknya dapat dipertankan karena atribut ini dinilai sudah dapat memenuhi harapan pelanggan jangan sampai kinerja atau kepuasan dari atribut ini menurun karena akan menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.
4. Atribut keterjangkaun harga yang dinilai kurang penting oleh

pelanggan akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan sebaiknya juga perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa lebih puas dengan pelayanan jasa yang diberikan oleh Indomaret Kecamatan Bandar Seikijang Kabupaten Pelalawan.

5. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan atau menambahkan variabel promosi penjualan

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, I. G., & Osa, O. S. (2018, Desember). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Olivia Collection. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 5, 2964.
- Andayani, S. (2018). Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Menentukan Harapan Konsumen Toko Online Terhadap Kualitas Layanan Website. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim*, 13-18.
- Budianto, Duwi. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)* Dan *Importance Performance Analysis (Ipa)* (Studi Kasus: Minimarket Garuda Pekanbaru). *Skripsi*.

- Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Eko, H. (2016, Desember Kamis). *Customer Satisfaction Index (Csi) Model 1 (Manajemen Pemasaran)*. Dipetik Februari Selasa, 2017, Dari Academia.Edu: [https://www.academia.edu/30414247/Customer\\_Satisfaction\\_Index\\_Csi\\_Model\\_1\\_Manajemen\\_Pemasaran\\_](https://www.academia.edu/30414247/Customer_Satisfaction_Index_Csi_Model_1_Manajemen_Pemasaran_)
- Farid , F., & Rudy, H. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Duta Media.
- Febriani, Fitri., Adnan. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan Pada Restoran Dan Cafe Nilam Sari DI Bandar Petalangan Kabupaten Pelalawan. Skripsi. FEB, Manajemen, Universitas Riau, Pekanbaru.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gloria, J. S. (2019, Februari). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart Di Perumnas Mandala Medan). *Ilmiah Simantek*, 3, 1.
- Hartono. (2023). *Kabupaten Pelalawan Dalam Angka 2023*. Pangkalan Kerinci: BPS Kabupaten Pelalawan.
- Hartono. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Pelalawan Menurut Lapangan Usaha*. Pangkalan Kerinci: BPS Kabupaten Pelalawan.
- [Http://Library.Binus.Ac.Id/Ecolls/Ethesisdoc/Bab2/2012-2-00781-Hm%20bab2001.Pdf](http://library.binus.ac.id/ecolls/ethesisdoc/Bab2/2012-2-00781-Hm%20bab2001.Pdf)
- Ismail, Deny. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Alfamart Karang Sentosa, Bekasi). Skripsi. Bekasi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Pelita Bangsa.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Edition, S. (2013). *Multivariate Data Analysis*. London: Persen Education Limited.
- J, J. S., L, A. T., & S, S. L. (2021). Importance Performance Analysis (Ipa) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Winangun Atas. *Jurnal Emba*, 476-485.
- Joko, T. W., & Nurul, M. A. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Pada Minimarket Sk. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri Dan Informasi*, 34-49.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (8 Ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, M. S., & Tan, T. C. (2000). *Manajemen Pemasaran*

- Perspektif Asia (1Ed)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, M. S., & Tan, T. C. (2002). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (2Ed)*. Yogyakarta: Andi.
- Kristina, S., Setiawan, M., & Sebastian, S. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Minimarket Indomaret Di Bandung Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sentekmi*, Tidak Ada.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2013). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi* (7 Ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Melfa, Y., & Duwi, B. (2013, April). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa). *Optimasi Sistem Industri*, 12(12), 301-309.
- Novia, & Milana, L. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Cafe Siesan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Triz. *Jurnal Teknik Program Studi Industri*, 92-99.
- Philip Kotler, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Gary, A. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Z., Fanni, H. H., & Sri, W. (2021). *Importance Performance Analysis Untuk Analisis Kualitas Layanan*. Sumedang: Niaga Muda.
- Prasetyo, Andi. 2021. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Atribut Produk Minuman Kopi Dalam Kemasan Siap Minum Merek Neskafe Di Kota Pekanbaru. Skripsi. FEB, Manajemen, Universitas Riau, Pekanbaru.
- Rambat Lupiyoadi, A. H. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2 Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Rusdianto, Arief. 2020. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret Dan Alfamart Batanghari). *Skripsi*. Lampung Institut Agama Islam Negeri (Lain) Metro.
- Selvi, R., Zaili, R., & Febri, Y. (2019, Juli). Kualitas Layanan Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 15, 3.
- Siti, H. A. (2014, Desember). Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Layanan Trans Jogja. *Ilmiah Teknik Industri*, 13, 2.
- Siyanto, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode

- Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 63-70.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyo, Rahmat. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syarif, A., & Widodo, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 685-701.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2017). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.