

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERBELANJA DI BUDIMAN SWALAYAN KOTA PADANG

Sinta Rahma Putri¹, Sri Kartikowati², Hardisem Syabus³
Email : sintarahmaputri@gmail.com¹, tiko22@ymail.com², hardi_545@yahoo.co.id³
No. Hp : 081277940820

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstract: *This study aims to identify and analyze the level of customer satisfaction from service dimensions and to figure out attributes needed to be improved to increase customers satisfaction. This research was conducted at Budiman Supermarkets Padang. The population is all customers of Budiman Supermarkets. The samples is 100 customers determined byaccendential sampling technique. Data analysis technique is used by Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The results of Customer Satisfaction Index shows that customers are satisfied with the services provided by Budiman Supermarket; and the results of Importance Performance Analysis indicates some attributes need to be improved: Quadrant A consisted of K1, K2, K3, DT, DT2, DT3, BL3; and Quadrant B consisted of K4, K5, J1.*

Keywords: *Service, Customer Satisfaction*

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERBELANJA DI BUDIMAN SWALAYAN KOTA PADANG

Sinta Rahma Putri¹, Sri Kartikowati², Hardisem Syabrus³
Email : sintarahmaputri@gmail.com¹, tiko22@ymail.com², hardi_545@yahoo.co.id³
No. Hp : 081277940820

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana tingkat kepuasan pelanggan dilihat dari dimensi pelayanan dan untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikanguna meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Budiman Swalayan Kota Padang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan Budiman Swalayan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik *accendential sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian *Customer Satisfaction Index* menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh budiman swalayan, dan hasil penelitian *Importance Performance Analysis* ialah atribut yang perlu dilakukan perbaikaniah atribut padakuadran A yaitu K1, K2, K3, DT, DT2, DT3, BL3 dan atribut pada. Kuadran B yaitu K4, K5, J1.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini keberadaan perusahaan retail telah merambah hingga ke pelosok kota dan kecamatan di Indonesia, salah satu yang sering di jumpai adalah swalayan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian dari swalayan ialah pelayanan sendiri oleh pembeli karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga. Maksud dari melayani sendiri itu ialah pelanggan dapat mengambil sendiri barang yang mereka butuhkan tanpa harus di ambilkan oleh karyawan.

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas pelayanan yang lebih tinggi memberikan kepuasan pelanggan yang lebih besar (Kotler dan Armdstrong 2001). Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya perlu melakukan pembenahan agar para konsumen yang datang dan berbelanja tidak merasa bosan. Perusahaan juga harus mengutamakan kenyamanan para pelanggan. Perusahaan harus memiliki progres pengembangan dimaksudkan untuk menambah daya tarik demi membuat pelanggan merasa puas dan kembali membeli barang di perusahaan mereka sehingga dapat menambah pemasukan untuk perusahaan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk memepertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009)

Sebagai perusahaan retail, swalayan menyediakan kebutuhan sehari-hari, seperti makanan dan kosmetik. Swalayan memberikan kemudahan bagi pelanggan yaitu dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat. Swalayan ini juga sangat praktis karena konsumen bisa mendapatkan barang yang mereka perlukan dengan cepat dikarenakan luasnya tidak terlalu besar, dan suasana aman dan nyaman ketika berbelanja.

Khususnya di Kota Padang, telah banyak tersebar sejumlah swalayan yaitu berjumlah 46 swalayan (Dinas Perdagangan Kota, 2014). Salah satu swalayan di Kota Padang ialah BudimanSwalayan. Data jumlah pengunjung BudimanSwalayan di Jalan Sawahan Kota Padang dari bulan Juni 2014-Maret 2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Data Jumlah Pengunjung Budiman Swalayan Kota Padang Bulan Juni 2014-Maret 2015

Tahun	Bulan	Rata-rata /hari	Jumlah kenaikan	Jumlah penurunan
2014	Juni	1.079	-	
	Juli	1.164	85	
	Agustus	1.168	4	
	September	1.221	53	
	Oktober	1.250	29	
	November	1.337	87	
	Desember	1.241		96
2015	Januari	1.256	15	
	Februari	1.339	83	
	Maret	1.348	9	
Total		12.403	365	96

Sumber : Data olahan, BudimanSwalayan Kota Padang (2015)

Berdasarkan tabel 1 data jumlah pengunjung Budiman Swalayan di berikan informasi bahwa perubahan rata-rata pelanggan perhari dalam tiap bulannya berbeda-beda, dimana terdapat perubahan kenaikan yang tinggi, ada juga yang terjadi kenaikan

rendah, dan pada Bulan Desember terjadinya penurunan jumlah pelanggan sebanyak 96 orang. Penurunan ini disebabkan oleh libur akhir tahun yang menyebabkan banyaknya penduduk Kota Padang yang berwisata keluar Kota. Berdasarkan data di atas terlihat bahwa masih terdapatnya kekurangan dari Budiman Swalayan.

Budiman Swalayan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya. Terdapat beberapa perusahaan retail yang sama dengan Budiman Swalayan yang jaraknya tidak terlalu jauh dari Budiman Swalayan. Menurut Atmawati dan Wahyuddin (dalam penelitian Bernadetta, 2012) hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Banyaknya Swalayan-swalayan yang berada di sekitar Budiman Swalayan membuat Budiman Swalayan berusaha membuat strategi dan meningkatkan daya tarik untuk dapat mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Ketika konsumsi masyarakat terhadap barang kebutuhan pangan, sedang semakin meningkat maka tingkat kunjungan masyarakat untuk datang ke tempat-tempat perbelanjaan akan semakin meningkat.

Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014:86) perilaku konsumen adalah yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa dan gagasan.

Menurut Sutopo dan Suryanto (dalam Daryanto dan Setyabudi 2014:54) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

Menurut Irawan (dalam Daryanto dan Setyabudi 2014:52) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang di dapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dimensi pelayanan sebagai variabel penelitian yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, yaitu:

Reliability yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator yang digunakan ialah: kemampuan menangani keluhan pelanggan, mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan, kemampuan membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan, keakuratan pembayaran barang pada kasir, keakuratan pengembalian uang.

Responsiveness yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Indikator yang digunakan yaitu: merespon dengan cepat terhadap permintaan pelanggan, merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan barang dengan baik, menangani keluhan atas pembayaran di kasir.

Assurance mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Indikator yang digunakan ialah : adanya penggantian barang yang rusak dan kadaluwarsa dengan barang yang baru, adanya tenaga pelayanan yang berpengalaman, adanya pemeriksaan yang berkelanjutan terhadap kualitas barang.

Emphaty meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Indikator yang digunakan ialah informasi program diskon dan promosi lainnya serta informasi kasir pembayaran dan cara pembayaran barang, Informasi adanya perubahan harga barang dan perubahan program diskon dan promo lainnya, membuka pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam.

Tangibles yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Indikator yang digunakan adalah fasilitas tempat belanja dan kasir pembayaran yang nyaman, kenyamanan yang didapatkan pada tempat parkir, kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual, fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Budiman Swalayan Kota Padang. Pada penelitian ini yang menjadi Populasinya adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di Budiman Swalayan. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI). Jenis dan sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Kepuasan Pelanggan

Analisis tingkat kesesuaian atribut diperlukan untuk melihat prioritas untuk dilakukannya perbaikan pelayanan guna memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan tingkat kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden di Budiman Swalayan sebesar 74,84%.

Tabel 2 Tingkat Kesesuaian Atribut Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Kesesuaian	Prioritas
Keandalan					
1	Menangani keluhan pelanggan	489	349	71,37	8
2	Mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan	490	323	65,92	2
3	Membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan	470	335	71,28	7
4	Keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk	482	412	85,48	18
5	Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen	494	406	82,19	17
Daya tanggap					
6	Karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan	489	329	67,28	4
7	Karyawan merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan	492	318	64,63	1

No	Pernyataan	Harapan	Kenyataan	Kesesuaian	Prioritas
8	barang dengan baik Menangani keluhan pelanggan atas pembayaran di kasir	488	323	66,19	3
Jaminan					
9	Penggantian barang yang rusak dan kadaluwarsa dengan barang yang baru	492	361	73,37	10
10	Tenaga pelayanan yang berpengalaman	430	334	77,67	12
11	Pemeriksaan kualitas barang secara berkelanjutan	468	364	77,78	13
Empati					
12	Informasi program diskon dan promosi lainnya, serta informasi kasir pembayaran dan cara pembayaran barang	449	361	80,40	15
13	Informasi adanya perubahan harga barang dan perubahan program diskon dan promo lainnya	445	336	75,51	11
14	Pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam	412	293	71,12	6
Bukti langsung					
15	Fasilitas tempat belanja dan kasir pembayaran yang nyaman	469	375	79,96	14
16	Tempat parkir yang aman dan rapi	459	311	67,76	5
17	Kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual	487	349	71,66	9
18	Suhu ruangan yang nyaman	466	375	80,47	16
19	Jumlah keranjang yang tersedia	447	411	91,95	19
Rata-Rata		469.37	350.79	74.84	

Sumber : Olahan Data Primer, 2015

Analisis Importance Performance Analysis

Analisis Importance Performance analysis digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan dengan membandingkan tingkat harapan pelanggan terhadap tingkat kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan. Analisis ini menggunakan diagram kartesius untuk melihat atribut yang masuk kedalam kuadran pada diagram tersebut, caranya dengan memplotkan rata-rata harapan dan rata-rata kenyataan dari masing-masing atribut dari aspek dimensi pelayanan.

Analisis ini dimulai dengan menentukan rata-rata tingkat harapan (\bar{X}) dan rata-rata tingkat kenyataan (\bar{Y}). Nilai rata-rata dari masing-masing atribut tersebut akan di petakan pada diagram kartesius.

Tabel 3 Rata-Rata Tingkat Harapan Pelanggan dan Tingkat Kenyataan

No	Pernyataan	Harapan (Y)	Kenyataan (X)
1	Menangani keluhan pelanggan	4,89	3,49
2	Mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan	4,90	3,23
3	Membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan	4,70	3,35
4	Keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk	4,82	4,12
5	Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen	4,94	4,06
6	Karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan	4,89	3,29
7	Karyawan merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan barang dengan baik	4,92	3,18
8	Menangani keluhan pelanggan atas pembayaran di kasir	4,88	3,23
9	Penggantian barang yang rusak dan kadaluwarsa dengan barang yang baru	4,92	3,61
10	Tenaga pelayanan yang berpengalaman	4,30	3,34
11	Pemeriksaan kualitas barang secara berkelanjutan	4,68	3,64
12	Informasi program diskon dan promosi lainnya, serta informasi kasir pembayaran dan cara pembayaran barang	4,49	3,61
13	Informasi adanya perubahan harga barang dan perubahan program diskon dan promo lainnya	4,45	3,36
14	Pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam	4,12	2,9
15	Fasilitas tempat belanja dan kasir pembayaran yang nyaman	4,69	3,75
16	Tempat parkir yang aman dan rapi	4,59	3,11
17	Kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual	4,87	3,49
18	Suhu ruangan yang nyaman	4,66	3,75
19	Jumlah keranjang yang tersedia	4,47	4,11
Rata-Rata		4,694	3,51

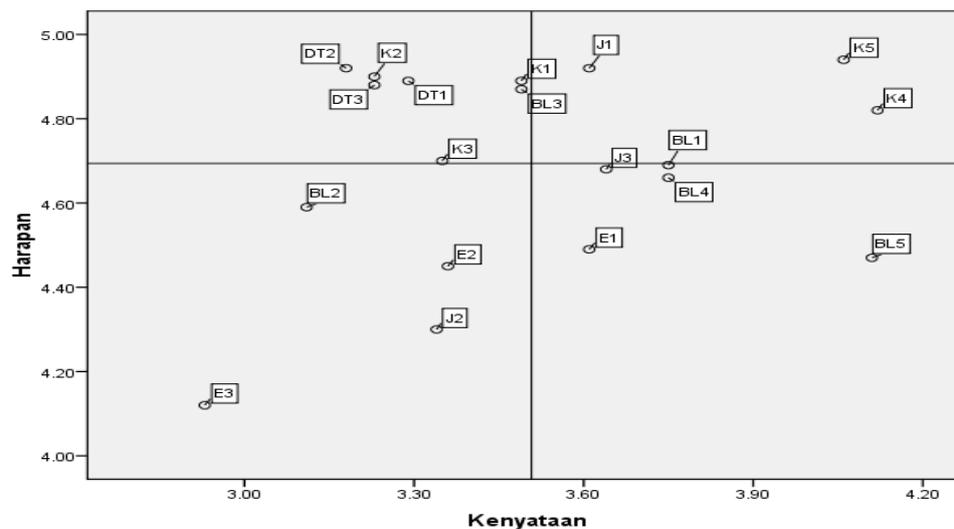
Sumber : Olahan Data Primer, 2015

Dari tabel 3 rata-rata tingkat harapan pelanggan dan tingkat kenyataan diketahui bahwa ada 10 atribut yang berada di atas rata-rata keseluruhan tingkat harapan pelanggan, dan 9 atribut berada di bawah rata-rata keseluruhan tingkat harapan. Dimana rata-rata keseluruhan tingkat harapan pelanggan adalah sebesar 4,694. Untuk tingkat harapan rata-rata tertinggi terletak pada atribut keakuratan pengembalian uang kepada konsumen yaitu sebesar 4,94 dan rata-rata terendahnya terdapat pada atribut pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam yaitu sebesar 4,12.

Sedangkan untuk tingkat kenyataan pelanggan atribut yang berada di atas rata-rata keseluruhan tingkat kenyataan ada sebanyak 8 atribut, dan yang berada di bawah rata-rata keseluruhannya ada 11 atribut. Dapat kita ketahui bahwa rata-rata keseluruhan

tingkat kenyataan adalah sebesar 3,51. Rata-rata tingkat kenyataan tertinggi terletak pada atribut keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk yaitu dengan rata-rata 4,12, sedangkan rata-rata terendah berada pada atribut pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam yaitu dengan tingkat rata-rata sebesar 2.93.

Rata-rata dari tingkat harapan dan tingkat kenyataan tersebut akan di petakan di dalam diagram kartesius. Diagram kartesius ini akan menunjukkan bagian untuk masing-masing atribut mana yang paling efektif dan kurang efektif yang dibagi di beberapa kuadran pada diagram kartesius berikut, dimana kuadran tersebut menggambarkan kondisi yang berbeda dari atribut-atribut yang diteliti. Berikut ini pada gambar 4.2 akan digambarkan pembagian masing-masing atribut kedalam kuadran pada diagram kartesius.



Gambar Diagram Kartesius Kepuasan Pelanggan di BudimanSwalayan (Olahan Data, 2015)

Berdasarkan gambar diagram kartesius dijelaskan bahwa kuadran A (Posisi Utama)kuadran ini atribut dianggap penting namun kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, masih diperlukannya perbaikan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas. Atribut yang termasuk kedalam kuadran A ialah menangani keluhan pelanggan (K1), mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan (K2), membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan (K3), karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan (DT1), karyawan merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan barang dengan baik (DT2), menangani keluhan pelanggan atas pembayaran di kasir (DT3), kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual (BL3).

Kuadran B (Posisi Baik), kuadran ini atribut-atributnya dianggap penting dan pada kenyataannya atribut ini sudah sesuai dengan yang di harapkan, atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus dipertahankan oleh perusahaan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran B ialah keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk (K4), keakuratan pengembalian uang kepada konsumen (K5), penggantian barang yang rusak dan kadaluarsa dengan barang yang baru (J1).

Kuadran C (Prioritas Rendah), kuadran ini atribut-atribut dianggap kurang penting dan kenyataannya atribut-atribut ini tidak terlalu istimewa oleh pelanggan. Atribut yang

termasuk kedalam kuadran C ialah tenaga pelayanan yang berpengalaman (J2), informasi adanya perubahan harga barang dan perubahan program diskon dan promo lainnya (E2), pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam (E3), tempat parkir yang aman dan rapi (BL2).

Kuadran D (Berlebihan)kuadran ini atribut dianggap kurang penting dan terasa berlebihan oleh pelanggan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini tidak perlu melakukan perbaikan. Atribut yang termasuk kedalam kuadran D ialah jumlah keranjang yang tersedia (BL5), fasilitas tempat belanja dan kasir pembayaran yang nyaman (BL1), suhu ruangan yang nyaman (BL4), informasi program diskon dan promosi lainnya, serta informasi kasir pembayaran dan cara pembayaran barang (E1), Pemeriksaan kualitas barang secara berkelanjutan (J3)

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut dimensi pelayanan pada Budiman Swalayan sebesar 70,2 %, dimana CSI terletak pada kriteria 0,66-0,80 yang artinya bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan pada Swalayan Budiman. Apabila tingkat kepuasannya melebihi kriteria 0,66-0,80, maka pelanggan akan sangat puas terhadap pelayanan di Budiman Swalayan. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan belum maksimal merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Budiman Swalayan. Demi memberikan rasa puas yang maksimal kepada pelanggan maka Budiman Swalayan harus memperbaiki pelayanan yang belum memuaskan pelanggan di Budiman Swalayan. Dibawah ini akan dilihat *Customer Satisfaction Index* untuk atribut pelayanan pada Budiman Swalayan Kota Padang.

Tabel 4 Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

No Atribut	Tingkat Harapan	Weighting Factors	Tingkat Kenyataan	Weighted Score
1	4,89	5,48	3,49	0,19
2	4,9	5,49	3,23	0,18
3	4,7	5,27	3,35	0,18
4	4,82	5,40	4,12	0,22
5	4,94	5,54	4,06	0,22
6	4,89	5,48	3,29	0,18
7	4,92	5,52	3,18	0,18
8	4,88	5,47	3,23	0,18
9	4,92	5,52	3,61	0,20
10	4,3	4,82	3,34	0,16
11	4,68	5,25	3,64	0,19
12	4,49	5,03	3,61	0,18
13	4,45	4,99	3,36	0,17
14	4,12	4,62	2,93	0,14
15	4,69	5,26	3,75	0,20
16	4,59	5,15	3,11	0,16
17	4,87	5,46	3,49	0,19

18	4,66	5,23	3,75	0,20
19	4,47	5,01	4,11	0,21
Total	89,18	100,00		
Weighted Total				3,51
Satisfaction Index				70,2%

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Budiman Swalayan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Heru,dkk (2014) dengan judul “Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA(Importance Performance Analysis) Dan CSI(Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang” dengan hasil penelitian bahwa keseluruhan pelanggan pada toko oen merasa puas terhadap kinerja pelayanan pada pada Toko Oen Malang. Perbedaan dari penelitian Heru,dkk dengan penelitian ini ialah objek penelitian yang digunakan, jumlah sampel yang diteliti, serta pada penelitian Heru,dkk ditambahkan uji validitas dan reliabilitas.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Secara keseluruhan pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh budiman swalayan, hasil dari analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 70,2 dimana nilai ini terletak pada kriteria 0,66-0,80 yang artinya bahwa pelanggan sudah puas terhadap pelayanan di Swalayan Budiman.
2. Pada analisis Importance Performance Analysis (IPA) aspek yang lebih mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terletak pada kuadran A dan kuadran B. Bagi Budiman Swalayan kuadran A atribut dianggap penting namun kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, masih diperlukannya perbaikan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas .Atribut pada kuadran A tersebut ialah: menangani keluhan pelanggan, mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan, membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan, karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan, karyawan merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan barang dengan baik, menangani keluhan pelanggan atas pembayaran di kasir, kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual. Kuadran B ini atribut-atributnya dianggap pernting dan pada kenyataannya atribut ini sudah sesuai dengan yang di harapkan, atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus dipertahankan oleh perusahaan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran B yaitu: keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk, keakuratan pengembalian uang kepada konsumen, penggantian barang yang rusak dan kadaluarsa dengan barang yang baru. Pada analisis IPA juga diketahui tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dengan tingkat kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responeden adalah sebesar 74,84%.

Rekomendasi

1. Budiman Swalayan dapat melakukan perbaikan pelayanan yang terdapat pada kuadran A (Prioritas Utama) yaitu menangani keluhan pelanggan, mengatasi masalah dengan cepat dan selesai pada waktu yang ditentukan, membantu pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan yang dapat memuaskan pelanggan, karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan, karyawan merespon keluhan dari pelanggan mengenai kerusakan barang dengan baik, menangani keluhan pelanggan atas pembayaran di kasir, kelengkapan dan ketersediaan barang yang dijual. Kuadran B (Posisi Baik) yaitu keakuratan pembayaran barang pada kasir dengan label harga pada produk, keakuratan pengembalian uang kepada konsumen, penggantian barang yang rusak dan kadaluarsa dengan barang yang baru. Kemudian dapat memperbaiki pelayanan yang terdapat pada kuadran C (Prioritas Rendah) yaitu tenaga pelayanan yang berpengalaman, informasi adanya perubahan harga barang dan perubahan program diskon dan promo lainnya, dengan pelayanan informasi terhadap segala keluhan pelanggan yang diberikan 24 jam, tempat parkir yang aman dan rapi. Budiman Swalayan dapat mempertahankan atribut-atribut yang sudah dirasakan baik oleh pelanggan agar tidak mengurangi nilai kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Budiman Swalayan perlu melakukan pemantauan secara terus menerus terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui pelayanan yang diperlukan oleh pelanggan karena keinginan pelanggan akan berkembang seiring dengan berjalannya waktu.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambah jumlah responden yang menjadi sampel penelitian, dan dapat menggunakan metode analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernadetta Dwiyan Anindita. 2012. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tembalang Dari Dimensi Pelayanan*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Medika. Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2007. Jakarta: Balai Pustaka
- Kotler, P., dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Heru Eka Lodhita, Imam Santoso dan Sakunda Anggarini. 2014. *Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang*. Jurnal. Universitas Brawijaya. Malang.