

**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
PD X MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT*
*GAP ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Nadya Silviana

NPM : 2016610044



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
PD X MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT*
*GAP ANALYSIS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Nadya Silviana

NPM : 2016610044



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Nadya Silviana
NPM : 2016610044
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN
PD X MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT*
GAP ANALYSIS

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juni 2020

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing Utama

(Hanky Fransiscus, S.T., M.T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nadya Silviana

NPM : 2016610044

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PD X MENGGUNAKAN
METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 08 Juni 2020

Nadya Silviana
NPM : 2016610044

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki banyak wisatawan yang berkunjung. Kota Bandung memiliki subsektor yang cukup besar untuk bidang fesyen yaitu sebesar 15,01%. Di Kota Bandung terdapat lokasi-lokasi yang identik dengan bidang fesyen, seperti Pasar Baru Trade Center. PD X merupakan salah satu toko pakaian yang berjualan di Pasar Baru Trade Center sejak tahun 2005. Namun, data menunjukkan bahwa toko mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan ini juga diikuti dengan adanya keluhan dari konsumen kepada pihak toko.

Penelitian ini dilakukan untuk upaya memberikan solusi bagi pihak toko sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pada tahap awal dilakukan identifikasi atribut penelitian dengan menggunakan literatur dan wawancara (*Critical Incident Technique*) CIT. Kemudian didapatkan 23 buah atribut yang digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen PD X. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA).

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan, didapatkan bahwa terdapat 6 atribut yang menjadi prioritas perbaikan. Atribut-atribut tersebut adalah produk dan lingkungan toko yang bersih (A2), karyawan sigap melayani permintaan konsumen (A5), toko yang memiliki produk yang bervariasi (A9), toko memiliki informasi *list* produk yang memudahkan pemilihan produk (A12), pihak toko memiliki media pembayaran yang bervariasi (A16), karyawan serius dalam melayani konsumen (tidak bermain *handphone*, mengobrol, atau berjalan-jalan ke luar area toko) (A20). Dengan menggunakan *Fishbone Diagram* diidentifikasi 19 akar permasalahan dan dibuat 22 usulan perbaikan. Tingkat kepuasan konsumen saat ini pada saat berbelanja di PD X sebesar 4,65 dari skala 6 (sangat baik).

ABSTRACT

Bandung is a city that has many tourists visiting. Bandung has a large enough subsector for the fashion sector that is equal to 15.01%. In Bandung there are locations that are identical to the fashion sector, such as Pasar Baru Trade Center. PD X is one of the clothing stores that have been selling at the Pasar Baru Trade Center since 2005. However, data shows that the store has experienced a decline in sales. The decline in sales was also followed by complaints from consumers.

This research was held to provide solutions for the store so it can increase consumer satisfaction. At the initial stage, the research attributes were performed by using literature and CIT interviews (Critical Incident Technique). Then obtained 23 attributes used to measure PD X consumer satisfaction. The research was conducted using Improvement Gap Analysis (IGA) method.

The results, it was found that there are 6 attributes that are priority improvements. These attributes are a clean product and store environment (A2), employees are swiftly serving consumer demand (A5), stores that have varied products (A9), stores have product list information that facilitates product selection (A12), the store has varied payment media (A16), employees are serious in serving consumers (not playing mobile phones, chatting, or walking outside the store area) (A20). Using the Fishbone Diagram identified 19 root causes and 22 proposed improvements. The current level of consumer satisfaction when shopping at PD X is 4,65 from scale 6 (very good).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Usulan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pd X Menggunakan Metode *Improvement Gap Analysis*”. Selesainya penelitian ini tentu tidak terlepas dari pihak-pihak yang telah membantu peneliti. Maka dari itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dengan baik sehingga penelitian ini dapat selesai.
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. dan Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal dan dosen penguji sidang yang telah memberikan masukan kepada peneliti.
3. Bapak Dr. Sugih S. Tjandra, Bapak Hanky Fransiscus, M.T. dan Tim Asisten Studio Menggambar Teknik 2018/2019 dan 2019/2020 atas segala pengalaman yang peneliti dapatkan.
4. Pemilik PD X yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di PD X.
5. Orangtua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan kepada peneliti.
6. Ci Shelly yang sering membelikan peneliti makanan.
7. Agnes yang selalu memberikan dorongan untuk menyelesaikan skripsi secepatnya serta teman untuk mengerjakan skripsi bersama.
8. Jenista selaku teman mengerjakan skripsi bersama.
9. Tania dan Tiffany selaku teman bercerita peneliti selama kuliah.
10. Luthfi selaku teman bercerita selama kuliah.
11. Serta teman-teman lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, sehingga peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dengan senang hati. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-9
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-10
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-10
I.6 Metodologi Penelitian	I-10
I.7 Sistematika Penulisan	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa	II-1
II.2 Kualitas Jasa	II-1
II.3 Kepuasan Pelanggan.....	II-3
II.4 Teknik Pengumpulan Data.....	II-3
II.5 <i>Service Quality Model</i>	II-4
II.6 <i>Critical Incident Technique (CIT)</i>	II-6
II.7 Teknik <i>Sampling</i>	II-7
II.7.1 <i>Probability Sampling</i>	II-7
II.7.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	II-8
II.8 Skala.....	II-9
II.9 Kecukupan Data.....	II-10
II.10 Pengujian Validitas.....	II-11
II.11 Pengujian Reliabilitas	II-13
II.12 <i>Improvement Gap Analysis (IGA)</i>	II-14
II.13 <i>Seven Tools Analysis</i>	II-17

II.14	<i>Visual Display</i>	II-18
II.15	Undang-Undang Ketenagakerjaan.....	II-20
BAB III	PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN PD X	III-1
III.1	Profil PD X.....	III-1
III.2	Identifikasi dan Penyusunan Atribut Penelitian.....	III-2
III.3	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-7
III.4	Profil Responden Hasil Penelitian.....	III-10
III.5	Pengujian Kecukupan Data.....	III-15
III.6	Pengujian Validitas.....	III-17
III.7	Pengujian Reliabilitas.....	III-19
III.8	Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA).....	III-19
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	IV-1
IV.1	Analisis Identifikasi dan Penyusunan Atribut Penelitian.....	IV-1
IV.2	Analisis Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	IV-9
IV.3	Analisis Profil Responden Hasil Penelitian.....	IV-12
IV.4	Analisis Pengujian Validitas.....	IV-13
IV.5	Analisis Pengujian Reliabilitas.....	IV-14
IV.6	Analisis Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA).....	IV-14
IV.6.1	Analisis Kuadran I.....	IV-15
IV.6.2	Analisis Kuadran II.....	IV-17
IV.6.3	Analisis Kuadran III.....	IV-19
IV.6.4	Analisis Kuadran IV.....	IV-22
IV.7	Penentuan Akar Permasalahan.....	IV-23
IV.7.1	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A2.....	IV-23
IV.7.2	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A5.....	IV-26
IV.7.3	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A9.....	IV-27
IV.7.4	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A12.....	IV-28
IV.7.5	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A16.....	IV-29
IV.7.6	Penentuan Akar Permasalahan Atribut A20.....	IV-30
IV.8	Pembuatan Usulan Perbaikan.....	IV-33
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		ix

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2011-2016	I-1
Tabel I.2 Subsektor Usaha Kreatif Kota Bandung Tahun 2017	I-2
Tabel I.3 <i>List</i> Lokasi Fesyen Kota Bandung	I-3
Tabel I.4 Jumlah Penjualan PD X Tahun 2017-2018.....	I-3
Tabel I.5 Kesan dan Komentar Positif Pelanggan Tetap PD X	I-5
Tabel I.6 Keluhan Pelanggan Tetap PD X	I-6
Tabel I.7 Rekap Pelanggan Tetap Kembali.....	I-6
Tabel I.8 Kesan dan Komentar Positif Konsumen Baru PD X.....	I-7
Tabel I.9 Keluhan Konsumen Baru PD X	I-7
Tabel I.10 Rekap Konsumen Baru Kembali	I-8
Tabel II.1 Variabel Penelitian.....	II-5
Tabel II.2 <i>Cronbach's Coefficient Alpha</i>	II-14
Tabel III. 1 Rekapitulasi Persentase Penerimaan Atribut	III-3
Tabel III. 2 Rekapitulasi Atribut Penelitian Hasil CIT.....	III-4
Tabel III. 3 Rekapitulasi Atribut Akhir	III-6
Tabel III. 4 Contoh Pertanyaan Fungsional	III-8
Tabel III. 5 Contoh Pertanyaan Disfungsional.....	III-9
Tabel III. 6 Contoh Pertanyaan Kondisi Kepuasan Saat Ini.....	III-9
Tabel III. 7 Uji Kecukupan Data ESFQ	III-15
Tabel III. 8 Uji Kecukupan Data ESDQ.....	III-16
Tabel III. 9 Uji Kecukupan Data <i>Customer Satisfaction</i>	III-16
Tabel III. 9 Uji Kecukupan Data <i>Customer Satisfaction</i> (lanjutan).....	III-17
Tabel III. 11 Analisis Korelasi	III-17
Tabel III. 11 Analisis Korelasi (lanjutan)	III-18
Tabel III. 12 Nilai KMO dan Signifikansi Bartlett	III-18
Tabel III. 13 Analisis Faktor	III-18
Tabel III. 13 Analisis Faktor (lanjutan)	III-19
Tabel III. 14 Hasil Uji Reliabilitas	III-19
Tabel III. 15 Hasil Perhitungan Matriks IGA	III-20
Tabel III. 15 Hasil Perhitungan Matriks IGA (lanjutan)	III-21

Tabel III. 16 Rekapitulasi Pembagian Atribut pada Kuadran.....	III-22
Tabel IV.1 Rekapitulasi Akar Permasalahan	IV-32
Tabel IV. 2 Usulan Picket Kebersihan	IV-35
Tabel IV. 3 Ukuran Tulisan Katalog	IV-39
Tabel IV.4 Pembagian Hari Libur	IV-41
Tabel IV.5 Pembagian Jam Istirahat.....	IV-41
Tabel IV.6 Rekapitulasi Usulan Perbaikan PD X	IV-42

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Jumlah Penjualan PD X Tahun 2017-2018.....	I-4
Gambar I.2 Metodologi Penelitian	I-12
Gambar II.1 <i>Service Quality Model</i>	II-5
Gambar II.2 <i>Improvement Gap Analysis Matrix</i>	II-17
Gambar II. 3 Contoh Huruf.....	II-19
Gambar III.1 Toko PD X.....	III-1
Gambar III.2 Contoh Produk PD X	III-2
Gambar III.3 Grafik Penambahan Atribut Penelitian	III-5
Gambar III. 4 Persentase Jenis Kelamin Responden	III-11
Gambar III. 5 Persentase Usia Responden.....	III-11
Gambar III. 6 Persentase Kategori Berbelanja Responden.....	III-12
Gambar III. 7 Persentase Jumlah Produk yang Dibeli Responden	III-12
Gambar III. 8 Persentase Keperluan Belanja Responden	III-13
Gambar III. 9 Persentase Waktu Belanja Responden	III-13
Gambar III. 10 Persentase Produk yang Dibeli Responden	III-14
Gambar III. 11 Grafik Cara Pemesanan Produk	III-14
Gambar III. 12 Matriks IGA	III-22
Gambar IV. 1 <i>Fishbone Diagram</i> Produk dan Lingkungan Toko yang Bersih.....	IV-25
Gambar IV. 2 <i>Fishbone Diagram</i> Karyawan Sigap Melayani Permintaan Konsumen	IV-27
Gambar IV. 3 <i>Fishbone Diagram</i> Toko Memiliki Produk yang Bervariasi.....	IV-28
Gambar IV. 4 <i>Fishbone Diagram</i> Toko Memiliki Informasi <i>List</i> Produk yang Memudahkan Pemilihan Produk.....	IV-29
Gambar IV. 5 <i>Fishbone Diagram</i> Pihak Toko Memiliki Media Pembayaran yang Baik dan Bervariasi	IV-30
Gambar IV. 6 <i>Fishbone Diagram</i> Karyawan Tidak Serius dalam Melayani Konsumen (Bermain <i>Handphone</i> , Mengobrol, atau Berjalan-Jalan ke Luar Area Toko)	IV-32
Gambar IV. 7 Contoh Dus Penyimpanan Sementara	IV-33
Gambar IV. 8 Area Dus Penyimpanan Sementara	IV-34

Gambar IV.9 Contoh Car Dinding	IV-34
Gambar IV.10 Meja Kecil	IV-36
Gambar IV. 11 Area Tempat Sampah	IV-36
Gambar IV.12 Plastik Cover Produk	IV-37
Gambar IV. 13 Contoh Penomoran Lemari	IV-38
Gambar IV.14 Tongkat Galah	IV-38
Gambar IV.15 Contoh Katalog Produk Kemeja	IV-40
Gambar IV. 16 Contoh Kuesioner Evaluasi Karyawan.....	IV-41
Gambar IV.17 <i>Barcode</i> Kuesioner Evaluasi Karyawan	IV-42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian Tatap Muka	A-1
Lampiran B Rekapitulasi Profil Responden	B-1
Lampiran C Rekapitulasi AESFQ, AESDQ, dan ACS	C-1
Lampiran D Usulan Perbaikan Katalog Produk	D-1
Lampiran E <i>Form</i> Penggantian Plastik	E-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian. Berikut merupakan penjabarannya.

I.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia bisnis telah banyak usaha yang berkembang di Kota Bandung. Setiap pebisnis tentunya menginginkan perkembangan usahanya secara terus menerus sehingga dapat tetap mengikuti perkembangan zaman. Pebisnis tentu perlu membuat usaha yang dimilikinya semenarik mungkin agar menarik konsumen. Menurut Bapennas (2018), diperkirakan sekitar 80 juta manusia akan menempati atau tinggal di Kota Bandung dan Kota Jakarta. Dengan demikian, tentunya pebisnis akan mencari peluang usaha di Kota Bandung dan Kota Jakarta karena semakin banyak masyarakat yang menempati kota tersebut. Selain penduduk yang akan bertambah, jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung pun kian bertambah.

Menurut Ketua BPS Jawa Barat, Dody Herlando (2019), jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Barat pada bulan Maret 2019 sebanyak 16.440 orang. Dan jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan bulan Februari. Peningkatan yang terjadi sebesar 8,36%. Pada Tabel I.1 dapat dilihat jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung pada tahun 2011 hingga 2016.

Tabel I.1 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2011-2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

(Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016)

Menurut UNESCO (2011), Kota Bandung merupakan 5 besar kota terkreatif di Asia. Kota Bandung pada tahun 2017 ditetapkan menjadi tuan rumah dari acara BEKRAF Festival dikarenakan Kota Bandung merupakan salah 1 kota kreatif di Indonesia. Dengan demikian, Kota Bandung dianggap menjadi salah satu kota yang terus memiliki perkembangan dalam bidang ekonomi kreatif.

Dari sekian banyak subsektor usaha kreatif di Kota Bandung, menurut Ridwan Kamil (2014), Kota Bandung merupakan salah satu kota yang telah memiliki bekal sebagai kota fesyen dunia karena telah memiliki sekolah tinggi di bidang industri fesyen. Pada Tabel I.2 dapat dilihat jenis dan jumlah usaha kreatif yang terdaftar dan berada di Kota Bandung pada tahun 2016. Pada tabel tersebut dapat dilihat 3 subsektor yang mendominasi ekonomi kreatif di Kota Bandung. Kemudian, untuk jenis usaha lainnya hanya memiliki persentase 2,77% dari keseluruhan subsektor ekonomi kreatif di Kota Bandung. Industri fesyen di Kota Bandung berada pada urutan kedua berdasarkan persentase jumlah subsektor dengan persentase 15,01%.

Tabel I.2 Subsektor Usaha Kreatif Kota Bandung Tahun 2017

Nomor	Jenis Usaha Kreatif	Persentase Jumlah Subsektor (%)
1	Kuliner	67,66
2	Fesyen	15,01
3	Kriya	14,56
4	Lainnya	2,77

(Sumber: *Listing Sensus Ekonomi 2016 dalam Bisma Bekraf*)

Dengan melihat adanya jumlah subsektor di bidang fesyen yang besar, tentunya terjadi persaingan diantara pengusaha dalam bidang tersebut. Dari sekian banyak usaha fesyen, tentunya konsumen akan menentukan pembelian produk fesyen pada tempat yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Namun, tentunya konsumen akan melakukan pertimbangan lainnya dari berbagai aspek yang dimiliki oleh suatu tempat penjualan produk fesyen. Maka dari itu, sudah sepatutnya suatu usaha menjaga kualitas jasa yang diberikan agar konsumen tetap membeli produk di tempat yang sama.

Di Kota Bandung sendiri, terdapat lokasi-lokasi yang sudah identik dengan bidang fesyen. Lokasi-lokasi tersebut umumnya telah dikenal oleh wisatawan domestik sebagai tempat berbelanja keperluan fesyen dengan harga yang relatif murah. Lokasi-lokasi tersebut dapat dilihat pada Tabel I.3.

Tabel I.3 *List* Lokasi Fesyen Kota Bandung

Nomor	Nama Lokasi
1	Pasar Baru <i>Trade Center</i>
2	Gang Tamim
3	Pasar Cibaduyut
4	Pasar Sentra Rajut
5	Pasar Cimol Gedebage
6	MD Plaza
7	Pusat Kain Cigondewah
8	Pasar Jumat Pusdai
9	Gang Nata

(Sumber : *MoneySmart* 2018)

Salah satu Perusahaan Dagang (PD) X membuka usaha toko fesyen yang berada di Pasar Baru *Trade Center*. Secara geografis, toko tersebut berada pada pusat pertokoan yang sudah terkenal di Bandung. Lokasi Pasar Baru *Trade Center* berada pada Jalan Otto Iskandardinata yang notabene berada di pusat kota karena hanya berjarak 1,9 km dari Stasiun Bandung. Menurut Iwan Suherman, Ketua Himpunan Pedagang Pasar Baru (2018), jumlah pengunjung Pasar Baru sekitar 100.000 orang per hari. Dengan demikian, jumlah pengunjung yang memungkinkan membeli produk pada PD X pun sangat banyak. Hal ini juga didukung dengan waktu PD X telah berdiri dalam waktu yang lama sehingga memungkinkan PD X memiliki langganan. Toko PD X ini telah berdiri sejak tahun 2005 dan telah berlokasi tetap di Pasar Baru *Trade Center*.

Namun, meskipun PD X telah memiliki usaha sejak tahun 2005, penghasilan yang didapatkan oleh pemilik semakin menurun setiap tahunnya. Jumlah penjualan secara total dari PD X yang mengalami penurunan tentunya menjadi sebuah permasalahan dikarenakan lokasi yang sebenarnya strategis dari toko tersebut. Pada Tabel I.4 dapat dilihat total penjualan produk selama tahun 2017 hingga tahun 2018.

Tabel I.4 Jumlah Penjualan PD X Tahun 2017-2018

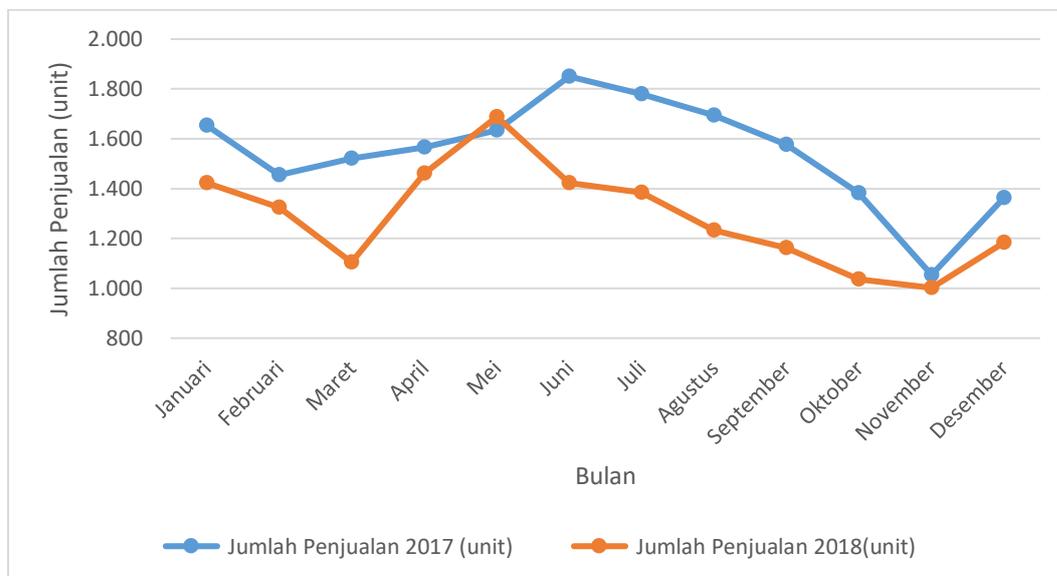
Bulan	Jumlah Penjualan Tahun 2017 (unit)	Jumlah Penjualan Tahun 2018 (unit)
Januari	1.653	1.422
Februari	1.455	1.325
Maret	1.520	1.104
April	1.565	1.462
Mei	1.634	1.688
Juni	1.850	1.422
Juli	1.779	1.384
Agustus	1.694	1.232

(lanjut)

Tabel I.4 Jumlah Penjualan PD X Tahun 2017-2018 (lanjutan)

Bulan	Jumlah Penjualan Tahun 2017 (unit)	Jumlah Penjualan Tahun 2018 (unit)
September	1.577	1.163
Oktober	1.382	1.036
November	1.054	1.002
Desember	1.363	1.183

Pada Gambar I.1 dapat dilihat grafik dari jumlah penjualan PD X tahun 2017 hingga 2018. Pada gambar tersebut dapat lebih mudah dilihat bahwa jumlah penjualan tahun 2018 setiap bulannya menurun kecuali pada bulan Mei. Hal ini tentunya menimbulkan masalah bagi pemilik PD X karena penurunan penjualan terus terjadi.



Gambar I.1 Grafik Jumlah Penjualan PD X Tahun 2017-2018

Dengan demikian perlu diteliti lebih lanjut terkait pelayanan yang diberikan oleh PD X karena meskipun lokasi toko strategis, namun penurunan jumlah produk terjual kian berkurang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik PD X, terdapat banyak pelanggan yang tidak datang kembali sehingga omzet toko pun kian menurun. Menurut pemilik, konsumen PD X terdiri dari pelanggan tetap dan pelanggan baru. Pemilik merasa kesulitan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan demikian, pemilik menginginkan adanya peningkatan kepuasan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen sehingga konsumen tidak akan berbelanja ke toko yang lain. Dalam wawancara konsumen pun, konsumen banyak mengeluhkan terkait pelayanan

yang diberikan oleh PD X. Keluhan-keluhan konsumen tersebut menjadi dugaan awal adanya permasalahan penurunan jumlah penjualan. Maka dari itu, penelitian ini ditujukan untuk melihat kualitas jasa PD X.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, dapat dikaji lebih mendalam mengenai permasalahan yang terjadi pada PD X. PD X merupakan perusahaan dagang yang bergerak di bidang fesyen dan menjual kemeja, celana katun, dan celana *jeans*. Sejak awal berdiri, seluruh produk yang dijual oleh PD X khusus untuk laki-laki. Konsumen di PD X dapat dikategorikan sebagai pelanggan tetap dan konsumen baru.

Untuk mengidentifikasi keluhan konsumen, dilakukan wawancara kepada 10 orang pelanggan tetap dan 10 orang konsumen baru PD X. Wawancara dilakukan secara *random* selama 2 minggu pada tanggal 24 November 2019 hingga 7 Desember 2019 dan dilanjutkan pada tanggal 31 Januari 2020 hingga Kamis 6 Februari 2020. Wawancara ditujukan untuk menggali kesan dan komentar konsumen secara mendalam. Dalam wawancara yang dilakukan, terdapat kesan positif dan negatif terhadap pelayanan PD X. Pada Tabel I.5 dapat dilihat kesan positif pelanggan tetap berdasarkan wawancara yang dilakukan.

Tabel I.5 Kesan dan Komentar Positif Pelanggan Tetap PD X

Pelanggan	
Konsumen ke-	Kesan dan Komentar Positif
1	Udah langganan lama, kualitas barang ga pernah berubah selalu bagus
2	Barangnya bagus, beda sama toko lain
3	Lokasi sekitar toko sangat panas dan berdesakan
4	Awalnya sih barang selalu ada, pegawai ya juga ramah
5	Bahan celananya bagus dibanding toko lain
6	Pegawai ramah
7	Bahan kemeja sih bagus adem
8	Secara keseluruhan udah baik. Sudah langganan dari dulu. Dari segi barang dan pegawai udah baik.
9	Ya lokasinya strategis
10	Harga cukup bersaing dengan toko lain

Berdasarkan kesan dan komentar positif pelanggan tetap, hampir seluruh konsumen menjawab bahwa kualitas bahan dari PD X bagus. Namun, terdapat juga beberapa keluhan yang diberikan oleh pelanggan tetap PD X. Pada Tabel I.6 dapat dilihat keluhan pelanggan tetap terhadap PD X.

Tabel I.6 Keluhan Pelanggan Tetap PD X

Pelanggan	
Konsumen ke-	Keluhan
1	Kantong kereseak sangat tipis dan saya sering beli banyak, jadi agak sulit untuk membawa ke mobil
2	Harganya kemahalan padahal sudah sering beli
3	Lokasi sekitar toko sangat panas dan berdesakan
4	Dijanjiin hari Minggu barangnya ada, taunya masih ga ada. Janjiin lagi Selasa, masih ga ada juga. Telepon toko juga jarang diangkat
5	Pegawainya ada yang main <i>handphone</i> terus dan ngobrol, saya ga dilayani
6	Bahan <i>jeans</i> nya sekarang makin tipis, dari dulu tokonya panas banget ga ada kipas angin
7	Beli kemeja putih waktu itu 1 lusin, ada 2 yang kotor. Sekarang mau diretur ga bisa karena udah lewat waktunya. Jadinya saya kan rugi ga bisa dijual kemejanya. Telepon ke toko ga pernah diangkat
8	Harusnya ada media pembayaran lain ya selain <i>cash</i> karena bahaya juga bawa <i>cash</i> banyak-banyak
9	Pas banget dapet celana katun yang jamur
10	Tidak ada inovasi barangnya dan ga mengikuti perkembangan zaman

Dalam wawancara yang dilakukan, selain mengetahui kesan positif dan keluhan pelanggan tetap ditanyakan juga untuk mengetahui apakah konsumen akan kembali membeli produk di PD X. Pada Tabel I.7 dapat dilihat rincian konsumen yang akan kembali lagi, mungkin, dan tidak akan.

Tabel I.7 Rekap Pelanggan Tetap Kembali

Pelanggan	
Konsumen ke-	Apakah akan berkunjung kembali?
1	Iya
2	Iya
3	Iya
4	Tidak
5	Mungkin
6	Tidak
7	Tidak
8	Iya
9	Tidak
10	Tidak

Berdasarkan wawancara secara langsung terkait pelanggan tetap akan kembali lagi ke PD X atau tidak, didapatkan hasil 5 dari 10 (50%) konsumen menjawab tidak akan kembali lagi. Kemudian 1 dari 10 (10%) orang menjawab mungkin kembali lagi dan 4 dari 10 (40%) orang menjawab akan kembali lagi

berbelanja di PD X. Alasan yang menyebabkan konsumen tidak ingin kembali lagi berbelanja dikarenakan keluhan yang mereka telah berikan dari hasil wawancara.

Selain pelanggan tetap, dilakukan juga penggalan kesan positif dan keluhan konsumen baru PD X. Konsumen baru merupakan konsumen yang baru pertama kali berbelanja pada toko tersebut. Pada Tabel I.8 dapat dilihat kesan positif konsumen baru pada PD X.

Tabel I.8 Kesan dan Komentar Positif Konsumen Baru PD X

Konsumen Baru	
Konsumen ke-	Kesan dan Komentar Positif
1	Pas banget lagi butuh celana katun buat kerja dan disini jual. Bagus banget bahannya
2	Lokasi toko strategis
3	Barangnya sih bagus
4	Bahan kemejanya adem dan harganya murah
5	Bahannya <i>jeans</i> bagus
6	Suami selalu beli celana sama kemeja disini dan awet
7	Celana katunnya bagus tebal, cocok buat yang kantoran
8	Cocok banget celana <i>jeansnya</i> . Warna nya sesuai. Pemiliknya juga baik banget
9	Ini juga dengar dari teman dan bener kalau bahan kemeja adem, terus katunnya tebal.
10	Tidak ada

Konsumen baru pun memberikan beberapa keluhan terkait kualitas yang diberikan oleh PD X. Pada Tabel I.9 dapat dilihat keluhan dari setiap konsumen baru. Keluhan ini tentunya berdasarkan pengalaman yang telah dialami oleh konsumen tersebut.

Tabel I.9 Keluhan Konsumen Baru PD X

Konsumen Baru	
Konsumen ke-	Keluhan
1	Tampilan toko kurang menarik ga ada <i>displaynya</i> dan lebih ramah aja pegawainya kalau ditanya-tanya. Terus layani sesuai dengan urutan datang.
2	Ga ada size dan warna yang diinginkan
3	Pegawai toko kurang ramah dan lama untuk melayani karena nyari-nyari barang dulu di rak (ketumpuk) dan tidak ada bangku untuk menunggu
4	Lokasi toko sulit ditemukan, karena saya pelanggan baru jadi belum hafal lokasi toko, mengantri dan cukup berdesakan
5	Ada celana yang ukurannya ga sesuai <i>sizenya</i> , jadi kaya kebesaran gitu, mau retur males karena sangat macet.
6	Sangat susah parkir, di dalam Pasar Baru sangat berdesakan, produk tidak ada untuk wanita
7	Tidak ada ruang ganti pakaian sehingga sulit untuk dicoba sedangkan batas retur barang hanya 3 hari

(lanjut)

Tabel I.9 Keluhan Konsumen Baru PD X (lanjutan)

Konsumen Baru	
Konsumen ke-	Keluhan
8	Variasinya dibanyakin aja. Sisanya udah bagus
9	Kebersihan toko ditingkatkan karena banyak sampah bekas makan pegawai
10	Lokasi Pasar Baru yang macet, susah parkir, ada beberapa celana yang jahitan nya tidak rapi

Setelah adanya kesan positif dan keluhan dari konsumen baru PD X, dilakukan rekapitulasi terkait keinginan konsumen untuk kembali lagi berbelanja ke toko tersebut atau tidak. Pada Tabel I.10 dapat dilihat rekapitulasi keinginan konsumen untuk kembali berbelanja pada PD X.

Tabel I.10 Rekap Konsumen Baru Kembali

Konsumen Baru	
Konsumen ke-	Apakah akan berkunjung kembali?
1	Iya
2	Tidak
3	Tidak
4	Mungkin
5	Tidak
6	Tidak
7	Mungkin
8	Iya
9	Iya
10	Tidak

Berdasarkan wawancara secara langsung kepada konsumen baru PD X, didapatkan hasil bahwa 3 dari 10 orang (30%) akan kembali lagi, 2 dari 10 orang (20%) mungkin akan kembali lagi, dan 5 dari 10 orang (50%) tidak akan kembali lagi.

Dengan adanya keluhan yang diberikan oleh konsumen, hal ini mendukung terjadinya penurunan jumlah penjualan PD X. Karena PD X berorientasi dengan pelanggan, tentunya PD X perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen akan kembali lagi dan tidak memberikan penilaian yang buruk. PD X perlu mempertahankan loyalitas dari konsumen agar konsumen tidak beralih membeli produk fesyen ke tempat lainnya. Menurut Tjiptono (2000), kepuasan konsumen perlu disertai dengan adanya loyalitas dari konsumen itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan konsumen yang memiliki kepuasan pada saat berbelanja dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap toko.

Maka dari itu, perlu diketahui atribut-atribut penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen PD X. Menurut Tjiptono dan Chandra (2007) dalam Noviasari dan Azrico (2012), terdapat 5 faktor utama dalam dimensi kualitas jasa ritel. Lima faktor tersebut diantaranya adalah aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan.

Setelah diketahui seluruh atribut yang berpengaruh terhadap kualitas jasa, maka dilakukan analisis setiap atribut tersebut dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Menurut Tontini, G., & Pico, J. D. (2010), IGA merupakan analisis kuadran yang berbeda dengan metode *Improvement Performance Analysis* (IPA). Metode IGA ini digunakan untuk mengatasi kelemahan yang ada pada metode IPA. Digunakannya metode ini dikarenakan adanya pelanggan yang tidak memperoleh kepuasan dalam berbelanja pada PD X sehingga persepsi yang diharapkan oleh pelanggan tersebut tidak tercapai.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan, dapat ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut merupakan beberapa rumusan masalah pada PD X.

1. Atribut apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PD X?
2. Atribut apa saja yang membutuhkan perbaikan pada PD X?
3. Apa saja usulan yang diberikan untuk PD X sehingga tingkat kepuasan konsumen dapat meningkat?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat batasan dan asumsi yang digunakan sehingga penelitian yang dilakukan dapat menjadi lebih terarah. Berikut merupakan batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini.

1. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap usulan tanpa melakukan implementasi.
2. Tidak dipertimbangkan faktor biaya dalam pemberian usulan perbaikan.

Selain pembatasan masalah, diperlukan juga asumsi dalam penelitian yang dilakukan. Asumsi penelitian ini diperlukan karena kondisi aktual objek penelitian belum tentu sama dengan kondisi pada saat penelitian. Oleh karena itu, dibuat asumsi pada penelitian ini, yaitu kondisi toko PD X tidak berubah pada saat penelitian.

I.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, tentunya terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penelitian dibuat berdasarkan rumusan masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut merupakan beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen PD X saat ini.
2. Mengetahui atribut-atribut yang perlu diperbaiki oleh PD X.
3. Memberikan usulan perbaikan terkait permasalahan yang dihadapi PD X.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan tentunya memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Berikut merupakan penjabaran beberapa manfaat dari penelitian yang dilakukan.

1. Hasil analisis dan penelitian mengenai kualitas layanan yang dilakukan Peneliti dapat menjadi masukan bagi toko PD X tersebut.
2. Toko PD X dapat meningkatkan kualitas layanan sehingga mengurangi jumlah komplain konsumen
3. Menjadi sebuah sarana pembelajaran untuk secara langsung mengamati suatu permasalahan.
4. Memberikan kontribusi terkait ilmu kualitas jasa sehingga memberikan informasi tambahan bagi peneliti lainnya dibidang tersebut.
5. Sebagai sarana pembandingan terkait kualitas jasa suatu objek dengan objek lainnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada Gambar I.4 dapat dilihat *flowchart* dari metodologi penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini dilakukan 10 tahap hingga penelitian selesai dilakukan. Berikut merupakan penjabaran dari setiap tahap dalam penelitian ini.

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian

Pada tahap ini dilakukan pencarian objek penelitian dan topik yang diteliti. Objek yang dipilih merupakan PD X dikarenakan PD X merupakan industry fesyen dan subsektor fesyen sedang berkembang di Kota Bandung. Topik yang dipilih terkait dengan permasalahan yang sedang terjadi pada objek penelitian.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang terjadi pada objek penelitian. Identifikasi masalah dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada konsumen PD X. Perumusan masalah dilakukan sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dilakukan.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Dalam suatu penelitian, tentunya terdapat batasan dan asumsi sehingga penelitian menjadi lebih terarah. Batasan dan asumsi ini dibuat sesuai dengan kondisi lokasi objek penelitian.

4. Studi Literatur

Untuk mendukung penelitian yang dilakukan, perlu dilakukan studi literatur terhadap penelitian para ahli. Dengan melakukan studi literatur ini dapat diketahui metode yang digunakan serta langkah-langkah menggunakan metode tersebut.

5. Identifikasi Atribut Penelitian

Pada bagian ini digunakan 2 metode untuk mengidentifikasi atribut penelitian, yaitu literatur dan *Critical Incident Technique* (CIT). Setelah didapatkan atribut penelitian yang sesuai, maka dapat disusun kuesioner yang membantu penelitian.

6. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner IGA

Untuk mengumpulkan data dari konsumen PD X digunakan kuesioner. Pertama-tama, kuesioner disusun terlebih dahulu sehingga sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya kuesioner disebarakan kepada konsumen PD X.

7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah seluruh data hasil kuesioner didapatkan, perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan *valid* dan dapat digunakan untuk keperluan selanjutnya.

8. Pembuatan Matriks IGA

Setelah seluruh data terkumpul, dilakukan pengolahan data hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen PD X. Daman pembuatan matriks IGA, dilakukan perhitungan IG (sebagai sumbu x) dan AESDQ (sebagai sumbu y). Setelah itu seluruh atribut di *plotting* ke dalam 4 kuadran pada matriks IGA.

9. Analisis Matrix IGA dan Mencari Masalah Utama

Berdasarkan nilai IG dan AESDQ didapatkan *output* yang di *plotting* pada matriks IGA. Setelah matriks IGA dibuat, maka dapat dilakukan analisis terkait permasalahan utama yang terjadi pada PD X. Dapat dilakukan analisis dari atribut-atribut yang berada pada suatu kuadran di matriks IGA. Dengan demikian, dapat ditentukan prioritas dari masalah yang terjadi.

10. Pembuatan Usulan Perbaikan

Setelah diketahui permasalahan utama yang terjadi pada PD X, dapat dibuat usulan perbaikan. Usulan perbaikan ini dirancang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan PD X. Usulan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan PD X.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini ditarik seluruh kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Peneliti memberikan saran kepada PD X terkait peningkatan kualitas pelayanan sehingga kualitas pelayanan PD X dapat meningkat.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat dengan tujuan menjabarkan setiap bab dalam laporan penelitian. Dengan demikian, laporan penelitian dapat dibaca dengan lebih mudah. Berikut merupakan penjabarannya.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Pendahuluan yang dimaksud berupa latar belakang masalah, identifikasi permasalahan, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan memiliki dasar yang kuat untuk dijadikan suatu penelitian lebih lanjut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai teori-teori menurut para ahli dalam bidangnya terkait rangkaian penelitian kualitas jasa yang dilakukan. Pada bab tinjauan pustaka ini terdapat juga rumus-rumus untuk menunjang pembuatan matriks *Improvement Gap Analysis* (IGA). Teori-teori tersebut diharapkan dapat membantu proses penelitian yang dilakukan.

BAB III PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN PD X

Pada bab ini dibahas mengenai rangkaian penelitian yang dilakukan, mulai dari identifikasi dan penyusunan atribut, penyusunan dan penyebaran kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas, dan pembuatan matriks *Improvement Gap Analysis* (IGA). Dengan demikian, dapat dilakukan pengukuran terkait kepuasan pelanggan PD X.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini dibahas mengenai analisis dari penelitian yang telah dilakukan. Untuk Matriks IGA yang telah dibuat pun dilakukan analisis untuk setiap kuadrannya. Selain itu dilakukan juga penentuan akar permasalahan dari masalah-masalah yang ada pada PD X. Dengan demikian, dapat dibuat usulan perbaikan yang sesuai untuk PD X.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari perumusan masalah yang telah ditentukan terlebih dahulu. Selain itu diberikan juga saran yang memungkinkan kepada pemilik PD X sehingga dapat meningkatkan kualitas jasanya.