

**USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN
KONSUMEN TOKO X BERDASARKAN
*IMPROVEMENT GAP ANALYSIS***

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Valencia Sani Addison
NPM : 6131801030



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Valencia Sani Addison
NPM : 6131801030
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN
KONSUMEN TOKO X BERDASARKAN
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 16 Januari 2022
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

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

**PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU
MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Valencia Sani Addison

NPM : 6131801030

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
USULAN UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN TOKO X
BERDASARKAN *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, 16 Januari 2022



Valencia Sani Addison

NPM : 6131801030

ABSTRAK

Industri *packaging* merupakan salah satu industri yang berpengaruh di Indonesia. Terjadi pertumbuhan sebanyak 6% pada tahun 2020 di Indonesia terhadap industri *packaging*. Toko X menjual berbagai macam jenis *packaging* plastik, kaca atau jar, mika, dan lainnya. Toko X memiliki masalah mengenai targetnya yang tidak tercapai dan penurunan pendapatan yang terjadi selama dua periode. Berdasarkan identifikasi yang dilakukan, ditemukan dugaan kualitas layanan yang diberikan Toko X belum dapat memuaskan konsumen. Dengan demikian, usulan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan wawancara dan studi literatur, didapatkan total 18 atribut penelitian. Kemudian, dilakukan penyusunan instrumen untuk mengukur atribut tersebut berupa kuesioner. Dari hasil penyebaran kuesioner didapat hanya 116 responden yang diolah dengan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Hasil pengolahan data ini kemudian dipetakan ke dalam matriks IGA. Berdasarkan pengolahan data didapatkan 5 atribut yang menjadi prioritas perbaikan. Atribut tersebut terdiri dari ketersediaan jumlah pegawai, ketepatan memberikan pesanan, ketepatan informasi yang disampaikan, kecepatan memberikan pesanan, dan kecepatan antrian pembayaran di kasir. Selanjutnya, identifikasi dilakukan untuk menemukan akar masalah dari atribut-atribut tersebut dengan wawancara. Terdapat sembilan usulan yang diberikan yaitu pemerataan tugas pegawai, izin cuti maksimal 2x24 jam sebelumnya, pemisahan letak penyimpanan barang berbeda, pengelompokan penyimpanan, membuat stok gudang dalam *database*, mengambil barang saat menuliskan bon untuk barang di *display* toko, mengelompokkan tutup dalam jumlah yang ditentukan, penambahan barang hanya dilakukan oleh SPG, dan menambahkan fitur cara pembayaran dengan *QR code*.

ABSTRACT

The packaging industry is one of the most influential industries in Indonesia. There was a 6% growth in 2020 in Indonesia for the packaging industry. Toko X sells various types of plastic, glass or jar packaging, mica, and others. Toko X has problems that its targets not being met and the decline in revenue that occurred over two periods. Based on the identification, it was found that the quality of services provided by Toko X had not been able to satisfy consumers. Thus, this proposal is made at increasing customer satisfaction. Based on interviews and literature study, a total of 18 research attributes were obtained. An instrument was developed to measure these attributes in the form of a questionnaire. From the results of distributing the questionnaires, only 116 respondents were processed using the Improvement Gap Analysis (IGA) method. The results of this data were mapped into the IGA matrix. Based on data, there were 5 attributes that are priority improvements. These attributes consist of the availability of the number of employees, the accuracy of giving orders, the accuracy of giving information, the speed of giving orders, and the speed of the payment queue at the cashier. Furthermore, identification was carried out to find the root cause of these attributes by interview. There were nine proposals given, equal distribution of employee duties, maximum leave permission of 2x24 hours in advance, separation of different storage locations for goods, storage grouping, making warehouse stock in the database, taking goods when writing receipts for goods on store displays, grouping closed in the specified amount, the addition of goods is only done by SPG, and adding a payment method with a QR code.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya yang mulia sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Peningkatan Kepuasan Konsumen Toko X Berdasarkan *Improvement Gap Analysis*”. Skripsi ini dibuat dengan tujuan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri. Dalam pembuatan skripsi ini, penulis didukung dan dibimbing oleh banyak piha. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang membimbing, membantu, memberikan saran dan arahan dalam pembuatan skripsi ini dari awal hingga terselesaikannya.
2. Keluarga penulis yang telah mendukung dan memberi doa dari sejak awal hingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal yang membantu memberikan saran dan arahan dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak Prof. Ir. Sani Susanto, M.T., Ph.D., CRMP., IPU., AER. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang skripsi yang membantu memberikan saran dan arahan dalam pembuatan skripsi
5. Ibu Cherish Rikardo. S.Si., M.T. selaku dosen wali penulis yang telah membantu penulis dalam menghadapi perkuliahan, mendengarkan cerita penulis dan membantu semua proses yang dibutuhkan dalam akademik perkuliahan.
6. Pemilik Toko X yang mengizinkan penelitian mengenai Toko X untuk dilakukan dan pegawai Toko X yang telah membantu penulis melakukan penelitian mengenai Toko X.
7. Teman-teman “Banteng” dari awal semester hingga sekarang, Vellin, Meliana, Tasia, dan Sita yang telah membuat masa awal hingga akhir perkuliahan menjadi menyenangkan, seru, dan berpengalaman, membantu setiap saat, serta bermain bersama.

8. Stella dan Felita yang selalu berkenan untuk membantu penulis dalam kehidupan perkuliahan serta membantu penulis untuk mengerti pembelajaran, teman untuk mengobrol dan bertukar pikiran. Terima kasih karena bisa mengenal kalian.
9. Teman-teman yang mendukung selama pengerjaan skripsi, khususnya Lia, Aldrich dan Catherine.
10. Teman-teman kelas C Angkatan 2018 karena telah membantu penulis menjadi pribadi yang lebih baik dan terus mendukung penulis dalam perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang diberikan. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi orang banyak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, 11 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian	I-9
I.7 Sistematika Penulisan	I-11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa.....	II-1
II.2 Kualitas Layanan	II-2
II.3 Kepuasan	II-4
II.4 <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA)	II-4
II.5 Teknik Pengumpulan Data.....	II-7
II.6 Skala Pengukuran	II-8
II.7 Ukuran Sampel.....	II-8
II.8 Teknik Sampling	II-8
II.9 Uji Validitas.....	II-10

II.10	Uji Reliabilitas	II-11
BAB III	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	III-1
III.1	Identifikasi Atribut	III-1
III.2	Penyusunan Kuesioner.....	III-3
III.3	Penyebaran Kuesioner	III-5
III.4	Profil Responden	III-5
III.5	Uji Validitas.....	III-7
III.6	Uji Reliabilitas	III-8
III.7	Matriks IGA.....	III-9
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	IV-1
IV.1	Analisis Identifikasi Atribut	IV-1
IV.2	Analisis Profil Responden	IV-2
IV.3	Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	IV-3
IV.4	Analisis Matriks IGA.....	IV-3
IV.4.1	Analisis Kuadran I.....	IV-3
IV.4.2	Analisis Kuadran II.....	IV-4
IV.4.3	Analisis Kuadran III.....	IV-4
IV.4.4	Analisis Kuadran IV	IV-5
IV.5	Analisis Usulan	IV-5
IV.5.1	Usulan Perbaikan Ketersediaan Jumlah Pegawai.....	IV-5
IV.5.2	Usulan Perbaikan Ketepatan Memberikan Pesanan.....	IV-6
IV.5.3	Usulan Perbaikan Ketepatan Informasi yang Disampaikan.....	IV-7
IV.5.4	Usulan Perbaikan Kecepatan Memberikan Pesanan	IV-8
IV.5.5	Usulan Perbaikan Kecepatan Antrian Pembayaran di Kasir.....	IV-9
IV.6	Rekapitulasi.....	IV-10
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pemilik Toko X	I-4
Tabel I.2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Responden	I-7
Tabel III.1 Atribut Penelitian	III-2
Tabel III.2 Hasil <i>Pre-test</i>	III-4
Tabel III.3 Uji Validitas	III-8
Tabel III.4 Uji Reliabilitas	III-8
Tabel III.5 Rekapitulasi Hasil Perhitungan	III-10
Tabel IV.1 Persentase Batal Transaksi	IV-9
Tabel IV.2 Rekapitulasi	IV-10

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Pendapatan Operasional	I-2
Gambar I.2 Metodologi Penelitian	I-11
Gambar II.1 Analisis <i>Matrix Improvement Gap</i>	II-6
Gambar III.1 Atribut	III-2
Gambar III.2 Contoh Pertanyaan Fungsional, Disfungsional, dan Kepuasan Saat Ini.....	III-4
Gambar III.3 Jenis Kelamin.....	III-6
Gambar III.4 Usia.....	III-6
Gambar III.5 Tujuan Berbelanja	III-7
Gambar III.6 Matriks IGA	III-11

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA AWAL	A-1
LAMPIRAN B HASIL WAWANCARA ATRIBUT	B-1
LAMPIRAN C KUESIONER	C-1
LAMPIRAN D HASIL KUESIONER.....	D-1
LAMPIRAN E HASIL UJI VALIDITAS	E-1
LAMPIRAN F HASIL UJI RELIABILITAS	F-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan berisikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian. Kemudian, terdapat juga uraian mengenai tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Terakhir, terdapat bahasan mengenai metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan.

I.1 Latar Belakang Masalah

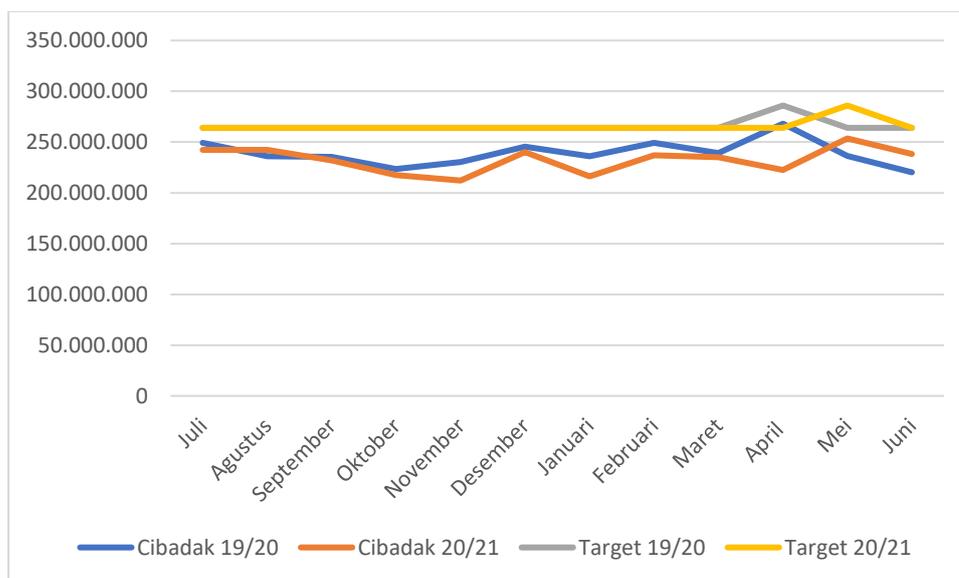
Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak lepas dari kebutuhannya untuk menyimpan barang. Menurut *Indonesia Packaging Federation* (Indonesia, 2020), kinerja industri *packaging* bertumbuh sebanyak 6% di Indonesia pada tahun 2020. Misalnya seperti kebutuhan untuk menyimpan bumbu makanan dalam wadah, menyimpan makanan atau minuman dalam wadah, atau menyimpan pernak-pernik dalam suatu wadah.

Jalan Cibadak merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terkenal di kota Bandung. Munculnya banyak pesaing baik itu secara *online* maupun *offline* berpengaruh terhadap Toko X. Toko X yang bertempat di Cibadak ini merupakan sebuah toko yang menjual berbagai macam jenis *packaging* plastik, kaca atau jar, mika, dan pernak-pernik lainnya seperti *hampers*. Toko X sudah cukup dikenal di kawasan Bandung sebagai toko yang menyediakan barang dengan harga yang terjangkau. Konsumen akan dilayani oleh pegawai dari toko ketika berbelanja di Toko X. Konsumen dapat memasuki toko, kemudian melihat-lihat barang yang ada di toko. Kemudian, pegawai akan mencatat pesanan konsumen, dilanjutkan dengan transaksi dikasir oleh konsumen, dan terakhir konsumen akan mendapatkan pesannya. Selain itu, Toko X juga menerima pesanan dalam jumlah yang banyak berdasarkan perjanjian sebelumnya yang telah dibuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko, pendapatan Toko X menunjukkan adanya penurunan pada tahun 2020 ke 2021 seperti pada Gambar I.1. Selain pendapatan yang menurun, masalah yang terjadi juga karena target

toko yang tidak tercapai. Padahal target toko ditentukan berdasarkan data historis toko sehingga sudah dipertimbangkan dengan baik.

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat tidak hanya mementingkan harga dari barang saja, namun faktor lain seperti kualitas layanan juga menjadi pedoman ketika membeli suatu barang, berdasarkan Yuliani dalam jurnal Yola (Yola & Budianto, 2013). Kualitas layanan merupakan sebuah totalitas dari fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan (Kotler & Keller, Marketing Management, 2016). Oleh karena itu, penting bagi toko untuk memperhatikan kualitas layanan yang berdampak pada kepuasan konsumennya.

Berdasarkan penjelasan pemilik toko terjadi penurunan pendapatan dari periode 19/20 dengan periode 20/21. Periode sebelumnya memiliki nilai pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan periode sekarang. Hal itu membuktikan adanya penurunan pendapatan dari Toko X. Selain itu juga, target yang ditetapkan tidak tercapai seperti pada Gambar I.1. Penurunan pendapatan dan target yang tidak tercapai ini diduga terjadi karena kepuasan konsumen yang tidak terpenuhi dengan baik akibat kualitas layanan yang diberikannya kurang menurut pemilik toko. Dugaan tersebut muncul karena konsumen tidak ingin kembali lagi setelah berbelanja di toko, tidak ingin merekomendasikan toko kepada orang lain dan terdapat keluhan mengenai kualitas layanan yang diterima konsumennya.



Gambar I.1 Grafik Pendapatan Operasional

Berdasarkan penjelasan pemilik toko kejadian-kejadian yang pernah terjadi seperti kelalaian dari pihak pegawai dalam memberikan jumlah uang kembalian dan salah dalam memberikan barang atau tertukar dengan nota lain. Faktor lainnya adalah ketika toko telah menjanjikan sejumlah barang pada waktu tertentu namun tidak dapat terpenuhi. Masalah-masalah seperti ini apabila terus berulang akan menyebabkan pendapatan toko yang terus menurun.

Menurut Tjiptono, seberapa baik layanan yang diberikan kepada konsumennya disebut dengan kualitas jasa, dalam Eka, Putri dan Karim (Eka, Putri, & Karim, 2018). Kualitas layanan yang kurang baik dapat menyebabkan konsumennya tidak mendapatkan kepuasannya. Sebuah perusahaan yang dapat memahami harapan dan kebutuhan pelanggan itu baik karena hal tersebut memiliki hubungan yang kuat antara perusahaan dengan konsumen. Kepuasan konsumen dapat berdampak pada hubungan jangka panjang kedepannya dengan perusahaan. Maka dari itu, pengalaman yang diberikan sebaiknya adalah yang dapat memuaskan konsumennya (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada Gambar I.1 dapat dilihat detail data mengenai penurunan pendapatan dan omzet yang tidak mencapai target pada Toko X. Pada bulan April 2020 dan Mei 2020 target yang ditetapkan memang lebih tinggi karena terdapat hari libur tertentu yang biasa menaikkan jumlah pendapatan yang dimiliki toko. Terbukti, bahwa pada bulan-bulan tersebut toko memiliki nilai pendapatan yang melonjak daripada biasanya. Namun, pendapatan yang meningkat itu tetap tidak dapat memenuhi target yang telah ditetapkan. Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, kepuasan konsumen dapat berdampak pada hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memastikan konsumen mendapatkan kepuasannya.

Pada awalnya, pemilik toko memiliki dugaan terhadap menurunnya pendapatan toko dan tidak tercapainya target pendapatan. Identifikasi lebih lanjut dilakukan melalui penelitian pendahuluan dengan melakukan wawancara semi terstruktur kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan Toko X. Wawancara pertama dilakukan dengan pemilik Toko X. Poin-poin pertanyaan yang diajukan kepada pemilik toko adalah sudah berapa lama terjadinya keluhan pada Toko X,

apa saja keluhan yang diterima. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara semi terstruktur, oleh karena itu ada pertanyaan lanjutan dari jawaban yang diberikan oleh pemilik untuk memperjelas jawaban yang diberikan. Keluhan-keluhan mulai muncul sejak toko berdiri namun semakin lama semakin banyak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pemilik Toko X memiliki keresahan mengenai kepuasan konsumennya pada toko seperti yang tertera pada Tabel I.1. Menurut pemilik Toko X, banyak dari konsumennya yang mengeluhkan mengenai pegawainya ketika berbelanja di Toko X secara *offline*. Ketika pesanan konsumen selesai dicatat dan dibayarkan di kasir, konsumen akan menerima barang sesuai dengan pesannya. Namun, masalah yang sering terjadi pesanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang telah dituliskan sebelumnya. Seringkali terjadi salah pemberian warna tutup, salah pemberian jenis barang atau ukuran barang. Dengan demikian, konsumennya harus melakukan tukar barang dan konfirmasi kembali. Banyak dari konsumen yang mengeluhkan hal ini karena menjadi repot harus kembali ke toko dan harus mencari nota sebagai bukti konfirmasi tersebut. Selain itu juga, masalah yang ada adalah jumlah uang kembalian yang diberikan salah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko X, dikatakan juga bahwa kadang terjadi kelalaian pegawainya dalam melakukan kesepakatan barang pada waktu tertentu karena tidak mengecek ketersediaan pada gudang maupun kontak dengan *supplier*. Dengan demikian, jenis dan jumlah barang yang dijanjikan tidak dapat diberikan pada waktu yang telah dijanjikan.

Tabel I.1 Rekapitulasi Hasil Wawancara Pemilik Toko X

No.	Atribut
1	Jenis barang yang diberikan salah
2	Warna tutup yang diberikan tidak sesuai pesanan
3	Tidak mendapatkan barang sesuai tenggat waktu
4	Waktu menunggu pesanan lama
5	Pegawai salah menginformasikan ketersediaan barang
6	Jumlah uang kembalian yang diberikan salah

Setelah wawancara dengan pemilik Toko X, dilakukan konfirmasi dengan pelanggan dari Toko X. Wawancara yang dilakukan dengan pelanggan dari Toko X ini dilakukan selain untuk mengkonfirmasi hasil wawancara pemilik Toko X, dilakukan juga untuk mengidentifikasi masalah dari sisi yang lain. Wawancara ini dilakukan kepada 15 orang konsumen Toko X. Poin wawancara yang diajukan berupa *screening* terhadap responden, konfirmasi pernyataan keluhan dari pemilik

toko dan pertanyaan lanjutan seperti keluhan lain yang pernah dialaminya ketika berbelanja di Toko X. Responden yang diwawancarai ini memiliki kriteria pernah berbelanja di Toko X. Dari hasil wawancara didapatkan hasil bahwa hanya seorang pelanggan yang tidak pernah mengalami layanan yang kurang memuaskan di Toko X. Pelanggan ini hanya pernah berbelanja dua kali di Toko X. Sedangkan, 14 responden lainnya pernah mengalami pelayanan yang kurang memuaskan dari Toko X. Keempat belas orang ini pernah berbelanja di Toko X setidaknya dua kali. Terdapat responden didapati memiliki lebih dari satu pengalaman yang kurang memuaskan ketika berbelanja langsung di toko.

Selain pertanyaan mengenai berapa kali seorang pelanggan ini pernah berbelanja di Toko X, wawancara semi terstruktur ini memiliki pertanyaan yang lain. Salah satunya adalah mengkonfirmasi hasil wawancara dengan pemilik toko X yang dapat dilihat pada Tabel 1.2. Setiap pelanggan yang diwawancarai mengkonfirmasi apakah benar pernah mengalami ketidakpuasan akibat kualitas layanan ketika berbelanja di Toko X. Hasilnya, beberapa dari responden mengkonfirmasi benar bahwa pernyataan yang didapatkan dari pemilik Toko X pernah mereka alami kecuali jumlah uang kembalian yang diberikan salah. Hanya seorang pelanggan yang tidak pernah mengalami layanan kurang memuaskan dari Toko X. Pelanggan ini hanya pernah berbelanja sebanyak dua kali di Toko X.

Toko X sendiri memiliki banyak macam toples plastik dengan tipe dan ukurannya masing-masing. Namun, untuk beberapa tipe toples plastik hanya ukurannya saja yang berbeda. Oleh karena itu dibutuhkan ketelitian ketika mengambil barang agar tidak salah dalam memberikan pesanan pada pelanggan. Salah seorang pelanggan mengatakan bahwa dirinya pernah membeli tipe kotak mini besar, namun yang diterimanya adalah tipe mini kecil. Berdasarkan observasi yang dilakukan, kedua produk ini memang memiliki bentuk yang sama persis. Hal yang membedakan keduanya hanya dari ukuran saja.

Selain itu terdapat juga pelanggan yang mengeluhkan warna tutup yang dimilikinya tidak sesuai dengan pesannya. Pada Toko X itu sendiri, terutama untuk produk toples plastiknya dengan tipe tertentu (misalnya toples tinggi) memang memiliki varian warna yang banyak. Dengan demikian, pelanggan dapat menyesuaikan pemilihan warna sesuai dengan keinginannya. Warna-warna tersebut terdiri dari merah, kuning, hijau, hitam, putih, dan coklat. Namun, sayangnya dari hasil wawancara ditemukan bahwa warna-warna yang diberikan

seringkali salah. Barang yang diterima salah ataupun warna yang diterima salah ini menyebabkan kerepotan bagi pelanggan karena harus menukar kembali ke toko dan juga harus mencari nota pembayaran sebagai bukti konfirmasi bahwa barang atau tutup yang diterimanya tidak sesuai dengan pesanan.

Kemudian konfirmasi lainnya yang benar terjadi adalah bahwa barang yang diberikan tidak sesuai dengan waktunya. Responden berkata bahwa ia menerima barangnya telat beberapa hari dari waktu yang dijanjikan tanpa kompensasi apapun selain permintaan maaf dari Toko X. Selain itu, ada juga responden yang mengatakan bahwa dirinya jadi melakukan pengembalian uang. Namun, hal ini tidak memuaskan dirinya karena ia tetap harus kerepotan mencari di toko lain untuk barang yang dibutuhkannya. Waktu tunggu pesanan yang lama juga dikonfirmasi benar oleh beberapa responden. Responden-responden ini mengatakan bahwa jumlah pesannya tidak terlalu banyak, namun waktu untuk menerima pesanan setelah membayar di kasir membutuhkan waktu yang lama.

Selain pertanyaan yang dilakukan untuk konfirmasi pernyataan dari pemilik Toko X, ditanyakan juga mengenai pengalaman kurang memuaskan lainnya yang pernah dialami oleh responden ketika berbelanja di Toko X. Atribut keluhan baru yang terbanyak adalah terganggu dengan adanya pengamen yang masuk ke dalam area toko. Responden mengatakan bahwa ketika berbelanja, fokusnya menjadi terbagi antara berisiknya suara dari pengamen dengan kepentingannya sendiri untuk berbelanja. Adapun responden lain yang mengatakan bahwa dirinya terganggu dengan adanya pengamen karena menjadi tidak nyaman ketika berbelanja di Toko X. Selain itu, keluhan baru lainnya adalah toilet yang disediakan kurang baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko X, sebenarnya memang toilet tersebut tidak sepenuhnya ditujukan untuk pelanggannya. Namun, karena banyak dari pelanggannya yang memang ingin ke toilet ketika berbelanja maka toilet tersebut dijadikan toilet untuk pelanggan. Namun, walaupun demikian pemilik memang mengakui bahwa toilet yang disediakan kurang terawat dan bersih. Kebanyakan dari konsumen harus ke toilet dikarenakan juga karena faktor lainnya yaitu waktu menunggu pesannya yang terlalu lama.

Kemudian, Toko X ini tidak dilengkapi dengan adanya AC atau kipas angin. Ketika suasananya sesak, ramai, atau mungkin cuaca yang sangat panas menyebabkan konsumen kurang nyaman ketika berbelanja. Selain itu juga, Toko

X tidak memiliki ruangan yang cukup besar untuk pelanggannya. Apabila sedang ramai, pelanggan yang sedang mengantri dikasir dapat bertabrakan dengan orang yang sedang menunggu atau berbelanja di Toko X. Dengan demikian, kenyamanan dari pelanggan pun menjadi terganggu. Tabel I.2 juga menunjukkan banyaknya responden yang mengalami ketidakpuasan ketika berbelanja di Toko X.

Keluhan-keluhan yang muncul mengenai kualitas layanan yang diterima konsumen Toko X akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dialaminya juga. Keluhan atau *complaints* terhadap sesuatu dapat muncul biasanya diakibatkan oleh perbaikan pelayanan yang ada, kebijakan toko, ketanggapan pegawai dalam menangani masalah, ketersediaan barang, dan tanggung jawab yang kurang (Bell & Luddington, 2006). Keluhan-keluhan yang ada menunjukkan adanya ketidakpuasan dari konsumen ketika berbelanja di Toko X secara langsung.

Tabel I.2 Rekapitulasi Hasil Wawancara Responden

	Atribut	Frekuensi
Hasil konfirmasi keresahan pemilik Toko X dengan pelanggan Toko X	Jenis barang yang diberikan salah	3
	Warna tutup yang diberikan tidak sesuai pesanan	4
	Tidak mendapatkan barang sesuai tenggat waktu	2
	Waktu menunggu pesanan lama	2
	Pegawai salah menginformasikan ketersediaan barang	2
	Jumlah uang kembalian yang diberikan salah	0
Keluhan baru dari pelanggan Toko X	Pegawai tidak mengetahui harga	2
	Toilet yang disediakan kurang baik	4
	Tidak tersedia <i>space</i> menunggu yang cukup	2
	Terganggu dengan adanya pengamen yang masuk ke area toko	5
	Toko tidak dilengkapi dengan AC	1

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan merupakan perasaan seseorang mengenai kesenangan atau kekecewaannya dari hasil perbandingan antara produk atau jasa yang diterimanya dengan ekspektasi yang dimilikinya. Ketika apa yang diterimanya dapat memenuhi ekspektasinya, konsumen tersebut akan merasa puas. Kebalikannya, jika apa yang diterimanya tidak memenuhi ekspektasinya, konsumen tidak akan merasa puas. Apabila semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumennya (Kotler & Keller, Marketing Management, 2016). Konsumen yang tidak puas akan kualitas layanan yang diberikan akan lebih kecil kemungkinannya

untuk kembali dimasa yang akan datang karena tidak merasa puas (Davis & Janelle, 1998). Menurut Kristensen et al. dalam Wong (2004) kualitas layanan telah dipertimbangkan sebagai pendorong utama sebagai peningkat kepuasan konsumen (Wong, 2004). Penelitian lain juga memberikan hasil bahwa kualitas layanan merupakan penentu dari kepuasan konsumen (Agbor, 2011). Menurut Atmawati dan Wahyuddin (2004), salah satu pengaruh dari kepuasan pelanggan merupakan persepsi kualitas jasa. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik maupun konsumen dari toko, terlihat bahwa terdapat adanya masalah mengenai kualitas layanan yang berdampak pada ketidakpuasan konsumennya ketika berbelanja secara langsung. Oleh karena itu, dirancanglah agar dapat meningkatkan kepuasan konsumennya. Metode yang digunakan adalah *Improvement Gap Analysis* (IGA). IGA merupakan suatu analisis kuadran yang membandingkan ekspektasi ketidakpuasan pelanggan apabila performansi atribut tersebut memang rendah dengan ekpektasi dampak apabila performansi atribut tersebut ditingkatkan (Tontini & Picolo, 2010). Dengan menggunakan metode IGA ini, dapat diketahui atribut mana sajakah yang perlu dilakukan perbaikan dan tingkat prioritasnya.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dibuat, berikut merupakan rumusan masalah untuk penelitian ini:

1. Apa saja atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan prioritas perbaikan dengan menggunakan metode IGA?
2. Apa usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan di Toko X?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat batasan yang ditetapkan. Tujuan dari adanya batasan ini adalah untuk menyederhanakan lingkup penelitian. Batasan masalah untuk penelitian ini adalah usulan perbaikan tidak sampai pada tahap implementasi. Sedangkan, asumsi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kondisi layanan Toko X tidak berubah selama penelitian dilakukan.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hal yang dituju dalam penelitian yang dilakukan. Terdapat dua tujuan penelitian. Berikut merupakan tujuan penelitian ini:

1. Mengetahui atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan prioritas perbaikan dengan menggunakan metode IGA.
2. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan di Toko X.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberi manfaat kepada dua belah pihak, baik itu untuk pengembangan keilmuan Teknik Industri maupun Toko X. Berikut merupakan manfaat bagi pengembangan keilmuan dari penelitian yang dilakukan:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian mengenai toko serupa.
2. Mengetahui metode IGA sebagai salah satu metode yang dapat digunakan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Terdapat juga manfaat untuk Toko X itu sendiri berupa:

1. Mengetahui prioritas perbaikan yang diperlukan.
2. Dapat mengimplementasikan usulan perbaikan yang ditawarkan dari penelitian yang telah dilakukan.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian bertujuan agar tahapan yang dilakukan selama penelitian dapat terlihat jelas. Tahapan selama penelitian ini dapat dilihat pada Gambar I.2. Pada setiap tahapannya, terdapat hal berbeda yang harus dikerjakan. Berikut merupakan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang dilakukan:

1. Penelitian Awal

Penelitian awal disebut juga dengan studi pendahuluan. Tujuan penelitian awal ini dilakukan adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai situasi dan kondisi awal. Penelitian awal ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara.

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan guna untuk mendapatkan referensi yang dibutuhkan selama penelitian. Selain itu, studi literatur berguna untuk

mengetahui teori yang diperlukan sebagai acuan. Studi literatur didapatkan dari buku, jurnal, penelitian sejenis, sumber internet terpercaya.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari penelitian awal yang telah dilakukan, dibuat identifikasi dan rumusan masalah. Identifikasi hasil dari studi pendahuluan digunakan untuk mencari masalah. Masalah ini kemudian dirumuskan dalam rumusan masalah.

4. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terdapat batasan masalah dan asumsi penelitian yang digunakan. Pembatasan masalah dan asumsi penelitian ini sama-sama bertujuan agar penelitian berada dalam lingkup yang jelas. Batasan masalah dan asumsi ditentukan juga untuk menyederhanakan penelitian.

5. Identifikasi Atribut

Tahapan selanjutnya merupakan penentuan atribut. Penentuan atribut ini dilakukan sebelum kuesioner disusun dan disebar. Penentuan atribut dilakukan dengan menggunakan studi literatur dan wawancara semi terstruktur.

6. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Penyusunan kuesioner dilakukan ketika sudah mengetahui apa saja atribut yang diperlukan dalam penelitian. Atribut ini kemudian disusun dalam bentuk kuesioner yang jelas. Setelah kuesioner disusun, kuesioner kepada responden yang dituju. Hasil kuesioner yang masuk akan direkap dan diuji pada tahapan selanjutnya.

7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah menerima semua hasil responden, hasil kuesioner tersebut harus diuji terlebih dahulu. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang digunakan untuk pengolahan data selanjutnya adalah data yang valid dan reliabel.

8. Pengolahan Data dengan IGA

Tahapan yang dilakukan berikutnya adalah mengolah data dengan *Improvement Gap Analysis* (IGA). Pengolahan data dengan IGA ini dapat

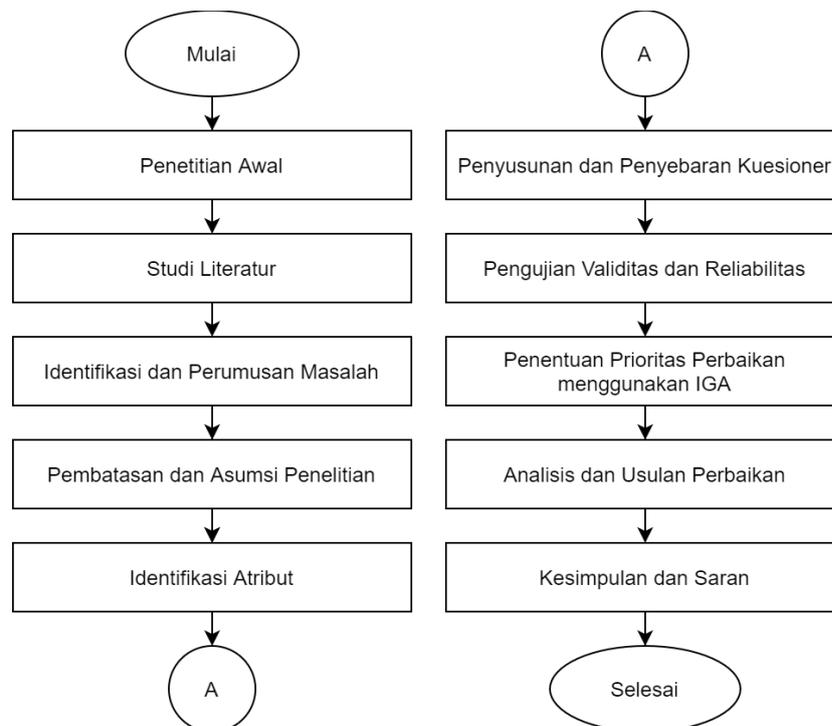
dilakukan dengan menggunakan persamaan dari IGA. Selanjutnya, akan dilakukan pemetaan atribut ke dalam kuadran yang dimiliki IGA.

9. Analisis dan Usulan Perbaikan

Kemudian, dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dibuat analisisnya. Analisis ini digunakan untuk menentukan usulan perbaikan yang dapat diberikan sesuai dengan prioritas perbaikannya.

10. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir merupakan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan mengenai jawaban dari tujuan dari penelitian. Sedangkan saran diberikan untuk penelitian selanjutnya dan juga kepada Toko X mengenai perbaikan yang diberikan.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terbagi menjadi lima bab. Bab tersebut terdiri dari bab pendahuluan, bab tinjauan pustaka, bab pengumpulan dan pengolahan data, bab analisis, dan terakhir bab kesimpulan saran. Setiap bagian akan dijabarkan dengan lebih detail pada bagiannya masing-masing.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan berisikan mengenai latar belakang masalah yang ada. Kemudian dilanjutkan dengan identifikasi dan membuat rumusan masalah. Setelah itu dilakukan penentuan batasan dan asumsi penelitian. Tujuan penelitian dibuat berdasarkan rumusan yang telah ada dan terdapat manfaat penelitian bagi keilmuan dan perusahaan. Terakhir, dijabarkan mengenai metodologi dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan berisikan mengenai teori-teori yang digunakan selama penelitian. Teori-teori tersebut didapatkan dari literatur dan buku yang sesuai. Bab ini terdiri dari subbab jasa, kualitas layanan, kepuasan, *Improvement Gap Analysis*, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, ukuran sampel, teknik *sampling*, uji validitas, dan uji reliabilitas.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab III ini akan berisikan mengenai pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data yang didapatkan dari kuesioner tersebut kemudian akan diolah. Pengolahan pertama yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian, dilakukan pengolahan data dengan *Improvement Gap Analysis*.

BAB IV ANALISIS

Bab IV akan berisikan mengenai analisis dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Pada bab ini juga akan dijabarkan mengenai analisis usulan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V akan berisikan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisikan mengenai simpulan yang didapatkan. Sedangkan, saran akan diberikan kepada toko.