

## BAB IV

### PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

#### 4.1. Gambaran Umum Supermarket Alfa Yogyakarta

Supermarket ALFA atau juga disebut PT. ALFA Retailindo didirikan di Jakarta pada tanggal 27 Agustus 1989, bergerak di bidang usaha perdagangan eceran dan grosir, dengan mengoperasikan gerai swalayan yang menyediakan berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari, perlengkapan rumah tangga, termasuk elektronik, serta gerai yang melayani pembelian secara grosir.

Antara tahun 1989 sampai 1994, kegiatan usaha dibagi dalam 2 divisi yaitu divisi swalayan yang menangani penjualan eceran dan divisi grosir. Pada tahun 1994 PT. ALFA Retailindo membentuk satu divisi baru yaitu divisi distribusi, namun pada tahun 1996 divisi distribusi memisahkan diri dan membentuk perusahaan terpisah, PT. Atri Distribusindo.

Operasional kantor pusat PT. ALFA Retailindo terletak di Jl. MH. Thamrin no.9 Cikokol, Tangerang. Sedangkan kantor pusatnya berada di Jakarta dengan kantor-kantor cabang yang tersebar di kota-kota di pulau Jawa, Bali dan Sulawesi.

#### 4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi deskripsi karakteristik responden (meliputi: usia, jenis kelamin, pekerjaan dan status pernikahan)

berdasarkan jawaban responden atas kuesioner penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel, dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 13*.

#### 4.2.1. Usia

Tabel berikut menyajikan nilai minimum, maksimum dan rata-rata (*mean*) hasil observasi dari usia responden.

Tabel 4.1  
Nilai Minimum, Maksimum dan Rata-Rata Usia Responden

Minimum	Maksimum	Rata-Rata
19	62	25,65

Sumber: Lampiran 1, halaman 1

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa rentang umur pelanggan di Supermarket Alfa Yogyakarta berkisar antara 19 hingga 62 tahun, dengan rata-rata umur 25,65 tahun.

#### 4.2.2. Jenis Kelamin

Tabel berikut menyajikan nilai frekuensi dan persentasi distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2  
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	56	56,0
Perempuan	44	44,0
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Lampiran 1, halaman 1

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 56 responden (56%) dan sisanya sebanyak 44 responden (44%) adalah perempuan.

#### 4.2.3. Pekerjaan

Tabel berikut menyajikan nilai frekuensi dan persentasi distribusi responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 4.3  
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	45	45,0
Swasta	34	34,0
Wiraswasta	8	8,0
Dokter	6	6,0
Ibu Rumah Tangga	6	6,0
Pensiunan	1	1,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber: Lampiran 1, halaman 1

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah mahasiswa yaitu sebanyak 45 responden (45%), kemudian swasta sebanyak 34 responden (34%), selanjutnya wiraswasta sebanyak 8 responden (8%), dokter dan ibu rumah tangga masing-masing sebanyak 6 responden (6%) dan sisanya sebanyak 1 responden (1%) adalah pensiunan.

#### 4.2.4. Status Pernikahan

Tabel berikut menyajikan nilai frekuensi dan persentasi distribusi responden berdasarkan status pernikahan.

Tabel 4.4  
Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase (%)
Belum menikah	62	62,0
Nikah	38	38,0
<b>Jumlah</b>	100	100,0

Sumber: Lampiran 1, halaman 1

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa responden terbanyak belum menikah yaitu sebanyak 62 responden (62%) dan sisanya sebanyak 38 responden (38%) telah menikah.

#### 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, instrumen-instrumen penelitian diuji coba. Uji coba penelitian dilakukan dalam lingkup sampel kecil dengan total responden sebanyak 30.

Pengujian validitas dilakukan dengan pendekatan korelasi *product moment* antar masing-masing item yang mengukur suatu variabel dengan skor total variabel tersebut (*Corrected Item-Total Correlation*). Kriteria yang digunakan dalam pengujian validitas adalah bila nilai koefisien *Corrected Item-Total Correlation* suatu item bernilai positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ , berarti item tersebut valid. Dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $30 - 2 = 28$  dan  $\alpha = 0,05$  diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,239. Jadi koefisien *Corrected Item-Total Correlation* harus lebih besar dari 0,239 untuk menyatakan suatu item adalah valid (Ghozali, 2001: 143). Sedangkan pengujian reliabilitas konsistensi internal menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kriteria yang digunakan adalah koefisien *Cronbach's Alpha* harus di atas 0,60 (Ghozali, 2001: 140).

Instrumen *service quality* (*Servqual*) merupakan skala multidimensi (multifaktor) yang terdiri dari beberapa faktor meliputi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Oleh karena itu pengujian dilakukan pada

masing-masing faktor tersebut dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 13*.

#### 4.3.1. Faktor *Tangible*

Faktor *tangible* diukur dengan 12 item pernyataan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 4.5.

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *tangible* pada Tabel 4.5, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien *Corrected Item-Total Correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,239 yang berarti valid. Koefisien *Corrected Item-Total Correlation* yang diperoleh berkisar antara 0,465 – 0,754. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,874, yang berarti reliabel.



Tabel 4.5  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Faktor *Tangible***

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item01	0,503	0,239	Valid
Item02	0,525	0,239	Valid
Item03	0,630	0,239	Valid
Item04	0,506	0,239	Valid
Item05	0,478	0,239	Valid
Item06	0,465	0,239	Valid
Item07	0,698	0,239	Valid
Item08	0,630	0,239	Valid
Item09	0,573	0,239	Valid
Item10	0,621	0,239	Valid
Item11	0,754	0,239	Valid
Item12	0,488	0,239	Valid
Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> = 0,874 (Reliabel)			

Sumber: Lampiran 2, halaman 1

#### 4.3.2. Faktor *Reliability*

Faktor *reliability* diukur dengan empat item pernyataan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Faktor *Reliability***

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item13	0,535	0,239	Valid
Item14	0,578	0,239	Valid
Item15	0,443	0,239	Valid
Item16	0,421	0,239	Valid
Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> = 0,706 (Reliabel)			

Sumber: Lampiran 2, halaman 2

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *reliability* pada Tabel 4.6, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien *Corrected Item-Total Correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,239 yang berarti valid. Koefisien *Corrected Item-Total Correlation* yang diperoleh berkisar antara 0,421 – 0,578. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,706, yang berarti reliabel.

#### 4.3.3. Faktor *Responsiveness*

Faktor *responsiveness* diukur dengan tiga item pernyataan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Faktor *Responsiveness*

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item17	0,520	0,239	Valid
Item18	0,511	0,239	Valid
Item19	0,497	0,239	Valid
Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> = 0,691 (Reliabel)			

Sumber: Lampiran 2, halaman 3

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *responsiveness* pada Tabel 4.7, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien *Corrected Item-Total Correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,239 yang berarti valid. Koefisien *Corrected Item-Total Correlation* yang diperoleh berkisar antara 0,497 – 0,520. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai

koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,691, yang berarti reliabel.

#### 4.3.4. Faktor Assurance

Faktor *assurance* diukur dengan sembilan item pernyataan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Faktor Assurance

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
Item20	0,679	0,239	Valid
Item21	0,570	0,239	Valid
Item22	0,519	0,239	Valid
Item23	0,527	0,239	Valid
Item24	0,577	0,239	Valid
Item25	0,652	0,239	Valid
Item26	0,463	0,239	Valid
Item27	0,538	0,239	Valid
Item28	0,440	0,239	Valid
Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> = 0,836 (Reliabel)			

Sumber: Lampiran 2, halaman 4

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *assurance* pada Tabel 4.8, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien *Corrected Item-Total Correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,239 yang berarti valid. Koefisien *Corrected Item-Total Correlation* yang diperoleh berkisar antara 0,440 – 0,679. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,836, yang berarti reliabel.

#### 4.3.5. Faktor *Empathy*

Faktor *empathy* diukur dengan dua item pernyataan. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen disajikan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Faktor *Empathy*

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item29	0,632	0,239	Valid
Item30	0,632	0,239	Valid
Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> = 0,771 (Reliabel)			

Sumber: Lampiran 2, halaman 5

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *empathy* pada Tabel 4.9, menunjukkan bahwa kedua item memiliki koefisien *Corrected Item-Total Correlation* bernilai positif dan lebih besar dari 0,239 yang berarti valid. Koefisien *Corrected Item-Total Correlation* yang diperoleh masing-masing sebesar 0,632. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,771, yang berarti reliabel.

Dengan demikian seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian, layak sebagai instrumen untuk mengukur kelima dimensi atribut (meliputi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) *servqual* dalam penelitian ini karena telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas yang direkomendasikan dan selanjutnya kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian sesungguhnya.

#### 4.4. Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan salah satu metode statistik *multivariate* yang memiliki tujuan utama mengungkapkan struktur hubungan antar sejumlah variabel (misalnya: skor hasil tes, item-item pertanyaan, respon dari kuesioner) yang ada pada suatu matrik data. Secara umum, analisis faktor digunakan untuk meringkas atau mengurangi sejumlah besar variabel menjadi sejumlah kecil dimensi atau faktor yang mendasari hubungan yang ada antar variabel-variabel tersebut (Hair *et.al.*, 1998: 90).

Teknik analisis faktor dapat mencapai tujuannya melalui perspektif eksploratori (*exploratory*) dan konfirmatori (*confirmatory*). Dalam perspektif eksploratori, tidak ada pembatasan apapun sebelumnya dalam mengestimasi komponen (faktor) atau jumlah faktor yang diekstraksi. Kriteria penentuan jumlah faktor yang diekstraksi dalam perspektif ini biasanya didasarkan pada *eigenvalue*. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* > 1 dianggap signifikan sehingga layak diperhitungkan sebagai faktor (Hair *at al.*, 1998: 103).

Dalam perspektif konfirmatori, peneliti telah mempunyai anggapan sebelumnya mengenai struktur aktual dari data yang didasarkan pada dukungan teori atau penelitian sebelumnya. Jadi sudah ada pengetahuan sebelumnya mengenai jumlah faktor dan pada faktor mana suatu kelompok variabel (item) akan mengelompok bersama. Peneliti dapat memerintah komputer untuk menghentikan analisis jika jumlah faktor yang diinginkan telah diekstraksi (*a priori criterion*).

Dalam penelitian ini, peneliti telah mempunyai pengetahuan sebelumnya mengenai jumlah faktor dan pada faktor mana suatu kelompok item akan mengelompok bersama. Oleh karenanya, dalam melakukan analisis faktor, peneliti memberikan instruksi kepada komputer (program SPSS) untuk mengekstraksi faktor berjumlah lima faktor (*a priori criterion*). Kemudian memeriksa apakah masing-masing kelompok item atau suatu item memiliki muatan faktor lebih besar (dalam harga mutlak) dari batas kriteria, pada satu faktor yang mendasarinya saja atau yang seharusnya diukur dan bermuatan rendah pada faktor yang diukur oleh item lain.

Analisis faktor didasarkan pada korelasi antara item dalam matrik data. Oleh karena itu peneliti harus menjamin bahwa matrik data berisi item-item yang memiliki derajat korelasi yang memadai untuk penerapan analisis faktor. Ada dua alat yang umum digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar item dalam matrik data dan ketepatan penggunaan analisis faktor yaitu *Bartlett test of sphericity* dan *measures of sampling adequacy* (MSA). *Bartlett test of sphericity* digunakan untuk menguji apakah ada korelasi yang signifikan pada beberapa item dalam matrik korelasi. Sedangkan MSA digunakan mengukur derajat korelasi antar item dan ketepatan analisis faktor. Kriteria yang digunakan adalah nilai *Bartlett test* signifikan ( $Sig. < 0,05$ ) yang berarti ada korelasi yang signifikan pada beberapa item dan nilai kecukupan sampel KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) harus di atas 0,5, sehingga analisis faktor layak digunakan (Hair *et al.*, 1998: 117, 122).

Bila jumlah faktor telah ditemukan, selanjutnya adalah memberikan interpretasi matrik faktor. Matrik faktor berisi muatan faktor masing-masing item

pada masing-masing faktor. Muatan faktor adalah korelasi antara item dengan faktor. Dalam hal ini, memeriksa apakah masing-masing kelompok item atau suatu item memiliki muatan faktor signifikan pada satu faktor saja dan bermuatan rendah pada faktor yang diukur oleh item lain (unidimensionalitas). Kriteria yang digunakan untuk sampel 100 adalah muatan faktor harus lebih besar (dalam harga mutlak, jadi mengabaikan tanda) dari 0,55 untuk menyatakan suatu item memiliki muatan faktor yang signifikan. Item dengan muatan faktor kurang dari  $\pm 0,55$  pada semua faktor atau yang memiliki muatan faktor lebih besar dari  $\pm 0,55$  pada lebih dari satu faktor akan dikeluarkan dari analisis (Hair *et al.*, 1998: 112).

Alat penting dalam memberi interpretasi faktor adalah rotasi faktor (*factor rotation*). Solusi faktor tanpa rotasi (*unrotated factor*) memberikan pola muatan faktor yang sulit diinterpretasi karena kecenderungan ambiguitas. Oleh karena itu, rotasi faktor dipilih untuk mengurangi ambiguitas yang terkandung dari solusi *unrotated factor* menjadi mudah diinterpretasi (Hair *et al.*, 1998: 106).

Evaluasi terhadap matrik data faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas layanan supermarket, untuk mengukur kelayakan analisis faktor menggunakan statistik *Bartlett's Test* dan *KMO Measures of Sampling Adequacy* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10  
*Bartlett's Test dan KMO Measures of Sampling Adequacy*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.806
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2165.400
	df	435
	Sig.	.000

Sumber: Lampiran 3, halaman 1

Berdasarkan Tabe 4.10 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian signifikansi matriks data keseluruhan dengan uji *Bartlett* diperoleh nilai *Chi-square* = 2165,400 dan probabilitas (*Sig.*) = 0,000. Karena probabilitas < 0,05 berarti kumpulan item pernyataan yang digunakan memang signifikan untuk diproses lebih lanjut. Uji kecukupan sampel diperoleh nilai KMO sebesar 0,806. Nilai ini lebih besar dari batas yang direkomendasikan yaitu > 0,5. Dengan demikian analisis faktor dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu memeriksa muatan faktor dan pola muatan faktor.

Instrumen faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas layanan supermarket merupakan instrumen berdimensi ganda (*multiple dimension*) yang terdiri dari lima dimensi, diukur dengan 30 item pernyataan. Dalam melakukan analisis faktor, peneliti memberikan instruksi kepada komputer (program SPSS) untuk mengekstraksi faktor berjumlah 5 faktor (perspektif konfirmatori). Kemudian memeriksa apakah masing-masing kelompok item atau suatu item memiliki muatan lebih besar (dalam harga mutlak) dari 0,55 pada satu faktor yang mendasarinya saja atau yang seharusnya diukur dan bermuatan lebih kecil (dalam harga mutlak) dari 0,55 pada faktor yang diukur oleh item lain.

Dengan solusi lima faktor ini ditemukan total varians yang mampu dijelaskan cukup tinggi yaitu sebesar 66,770% (lihat Lampiran 3, halaman 2). Nilai 66,770% total varians, mencerminkan informasi yang terkandung dalam matriks faktor dari solusi lima faktor.

Pola muatan faktor dalam matriks komponen (faktor) yang telah dirotasi (*rotated component matrix*) disajikan pada Tabel 4.11:



Tabel 4.11  
**Matrik Faktor (*Rotated Component Matrix*)**

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component				
	1	2	3	4	5
P01	.754	.071	-.115	-.105	.293
P02	.638	.083	.331	.228	-.052
P03	.760	-.072	.359	.116	-.091
P04	.753	.090	.170	.269	.056
P05	.741	.095	.227	.120	.036
P06	.847	.161	-.006	-.038	.169
P07	.759	.238	-.139	-.028	.160
P08	.729	-.062	.340	.121	-.162
P09	.837	.204	-.019	.092	.114
P10	.853	.223	-.145	-.020	.009
P11	.701	.121	.148	.085	-.119
P12	.745	.152	.103	-.042	-.184
P13	.090	.223	.736	.085	.034
P14	.166	.124	.779	-.058	-.003
P15	.025	.029	.717	.075	.342
P16	.161	-.061	.717	.160	.213
P17	.099	-.039	.055	.840	.265
P18	.138	.132	.066	.866	.031
P19	.040	.294	.108	.810	.037
P20	.074	.691	.061	-.015	.390
P21	.227	.748	-.075	.007	.126
P22	.234	.753	.156	-.044	-.118
P23	-.164	.707	-.062	-.076	.276
P24	.388	.752	-.189	-.051	.013
P25	.171	.769	.153	.180	-.131
P26	.063	.670	.113	.284	.026
P27	.085	.647	.213	.124	.069
P28	.128	.632	.068	.399	-.048
P29	-.017	.072	.333	.119	.704
P30	.107	.189	.177	.200	.800

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Sumber: Lampiran 3, halaman 3

Berdasarkan hasil analisis faktor pada Tabel 4.11, terlihat bahwa semua item memenuhi syarat unidimensional. Sebagaimana yang diharapkan, semua

item secara tegas hanya bermuatan signifikan ( $> 0,55$ ) pada satu faktor atau dimensi yang mendasarinya atau yang seharusnya diukur dan bermuatan rendah ( $< 0,55$ ) pada faktor/dimensi lain yang diukur oleh item lain. Tidak ada item yang memiliki muatan faktor signifikan pada lebih dari satu faktor/dimensi.

Berdasarkan pola sebaran item-item pada Tabel 4.11, item-item yang tercakup pada masing-masing faktor dapat diungkapkan dan penamaan faktor dapat dilakukan berdasarkan cakupan item dari faktor-faktor tersebut.

#### 4.4.1. Faktor (Komponen) I

Faktor pertama dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 30,953%, berisi 12 item yang mengukur faktor *tangible*. Faktor I ini kemudian diberi nama **faktor *tangible***. Item-item faktor *tangible* tersebut yaitu: (1) keberadaan fasilitas telepon umum (muatan faktor = 0,754), (2) keberadaan kamar kecil/WC (muatan faktor = 0,638), (3) kebersihan kamar kecil/WC (muatan faktor = 0,760), (4) keberadaan sarana bermain untuk anak-anak (muatan faktor = 0,753), (5) keberadaan ATM (muatan faktor = 0,741), (6) penyejuk ruangan / AC, kipas angin (muatan faktor = 0,874), (7) penerangan (muatan faktor = 0,759), (8) jumlah dan kondisi keranjang (muatan faktor = 0,729), (9) sarana parkir (muatan faktor = 0,837), (10) keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan (muatan faktor = 0,853), (11) keanekaragaman jenis produk yang dijual (muatan faktor = 0,701) dan (12) keanekaragaman merk produk yang dijual (muatan faktor = 0,745).

#### 4.4.2. Faktor (Komponen) II

Faktor kedua dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 13,597%, berisi sembilan item yang mengukur faktor *assurance*. Faktor II ini kemudian diberi nama **faktor *assurance***. Item-item faktor *assurance* tersebut yaitu: (1) penampilan karyawan (muatan faktor = 0,691), (2) keramahan karyawan (muatan faktor = 0,748), (3) harga barang-barang yang dijual (muatan faktor = 0,753), (4) diskon yang diberikan (muatan faktor = 0,707), (5) kualitas barang (muatan faktor = 0,752), (6) jangka waktu tanggal kadaluarsa (muatan faktor = 0,769), (7) keberadaan sarana penitipan barang (muatan faktor = 0,670), (8) jumlah satpam yang ada (muatan faktor = 0,647) dan (9) kenyamanan berbelanja (muatan faktor = 0,632).

#### 4.4.3. Faktor (Komponen) III

Faktor ketiga dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 10,526%, berisi empat item yang mengukur faktor *reliability*. Faktor III ini kemudian diberi nama **faktor *reliability***. Item-item faktor *reliability* tersebut yaitu: (1) kecepatan dalam pelayanan (muatan faktor = 0,736), (2) jumlah kasir (muatan faktor = 0,779), (3) lama antrian di kasir (muatan faktor = 0,717) dan (4) kejelasan rincian harga barang (muatan faktor = 0,717).

#### 4.4.4. Faktor (Komponen) IV

Faktor keempat dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 6,558%, berisi tiga item yang mengukur faktor *responsiveness*. Faktor IV ini kemudian diberi nama **faktor *responsiveness***. Item-item faktor *responsiveness* tersebut yaitu: (1) kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak

manajemen (muatan faktor = 0,840), (2) pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen (muatan faktor = 0,866) dan (3) karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen (muatan faktor = 0,810).

#### 4.4.5. Faktor (Komponen) V

Faktor kelima dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 5,137%, berisi dua item yang mengukur faktor *empathy*. Faktor V ini kemudian diberi nama **faktor *empathy***. Item-item faktor *empathy* tersebut yaitu: (1) perhatian pribadi kepada pelanggan (muatan faktor = 0,704) dan (2) sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah (muatan faktor = 0,800).

Dalam penelitian ini menurut pihak manajemen dari kelima faktor yang ada dapat ditentukan bobot antar faktor dengan memberi bobot pada tiap faktor tersebut, berdasarkan pihak manajemen urutan bobot dari tertinggi sampai terendah adalah faktor *Tangible*, faktor *Assurance*, faktor *Resposiveness*, faktor *Reliability*, dan faktor *Empathy*. Dengan bobot masing-masing adalah 5/15, 4/15, 3/15, 2/15 dan 1/15.

#### 4.5. Analisis Kualitas Layanan (*Service Quality = Servqual*)

Nilai kualitas layanan (*servqual*) merupakan nilai selisih antara apa yang dipersepsikan oleh responden tentang kualitas layanan yang diterima dengan apa yang menjadi harapan responden terhadap kualitas layanan yang ada. Nilai positif menunjukkan bahwa Supermarket Alfa Yogyakarta sebagai pihak penyedia barang atau produk telah mampu memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan responden. Namun bila nilai negatif maka berarti Supermarket

Alfa Yogyakarta masih belum mampu memberikan nilai kualitas layanan seperti yang diharapkan oleh pelanggan (*customer*).

Hasil perhitungan nilai kualitas layanan (*servqual*) Supermarket Alfa Yogyakarta, disajikan pada Tabel 4.12.



Tabel 4.12  
**Hasil Perhitungan Rata-rata (*Mean*) Nilai Kualitas Layanan (*Servqual*)**

Item	Nilai <i>Mean</i> Persepsi	Nilai <i>Mean</i> Harapan	Nilai <i>Servqual</i> (P - H)
<b>Fasilitas Fisik (<i>Tangible</i>)</b>			
A (Keberadaan Fasilitas Telepon Umum)	3.00	4.04	-1.04
B (Keberadaan Kamar Kecil / WC)	2.86	4.78	-1.92
C (Kebersihan Kamar Kecil / WC)	2.97	4.82	-1.85
D (Keberadaan sarana bermain untuk anak-anak)	2.99	4.85	-1.86
E (Keberadaan ATM)	2.99	4.70	-1.71
F (Penyejuk Ruangan yang ada / AC, Kipas Angin)	3.15	4.44	-1.29
G (Penerangan yang ada)	3.19	4.78	-1.59
H (Jumlah dan Kondisi keranjang yang ada)	2.97	4.73	-1.76
I (Sarana Parkir Luas, Sempit)	3.11	4.66	-1.55
J (Keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan)	3.21	4.39	-1.18
K (Keanekaragaman jenis produk yang dijual)	3.16	4.82	-1.66
L (Keanekaragaman merk produk yang dijual)	3.03	4.77	-1.74
<b>Kemampuan Pelayanan (<i>Reliability</i>)</b>			
M (Kecepatan dalam pelayanan)	2.14	4.83	-2.59
N (Jumlah kasir)	2.43	4.45	-2.02
O (Lama antrian di kasir)	2.38	4.65	-2.27
P (Kejelasan rincian harga barang yang dibeli)	2.79	4.76	-1.97
<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>			
Q (Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen)	2.79	4.67	-1.88
R (Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen)	2.87	4.44	-1.57
S (Karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen)	2.67	4.77	-2.10
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>			
T (Penampilan karyawan)	2.59	4.80	-2.21
U (Keramahan karyawan dalam melayani konsumen)	3.10	4.71	-1.61
V (Harga barang-barang yang dijual)	3.11	4.45	-1.34
W (Diskon yang diberikan)	2.70	4.78	-2.08
X (Kualitas barang yang dijual)	3.16	4.81	-1.65
Y (Jangka waktu produk yang dijual terhadap tanggal kadaluarsa)	3.24	4.63	-1.39
Z (Keberadaan sarana penitipan barang)	2.71	4.37	-1.66
AA (Jumlah satpam yang ada)	2.84	4.63	-1.79
AB (Kenyamanan berbelanja)	3.01	4.61	-1.60
<b>Kemudahan Melakukan Hubungan (<i>Empathy</i>)</b>			
AC (Perhatian pribadi kepada para pelanggan seperti mengirim kartu hari raya)	2.20	4.69	-2.49
AD (Sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah)	2.43	4.73	-2.30
Rata-rata Keseluruhan	2.86	4.65	-1.79

Sumber: Lampiran 4, halaman 1 – 3

Berdasarkan perhitungan nilai *servqual* pada Tabel 12, terdapat satu item yang memiliki nilai lebih rendah daripada item-item yang lain. Adapun item tersebut adalah **kecepatan dalam pelayanan** ( $mean = -2,69$ ). Dalam hal ini harap menjadi perhatian bagi pihak manajemen Supermarket Alfa Yogyakarta untuk mencari faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan (*customer*) memberikan penilaian yang rendah terhadap item tersebut, serta item-item lain karena semuanya masih dibawah harapan dari pelanggan.

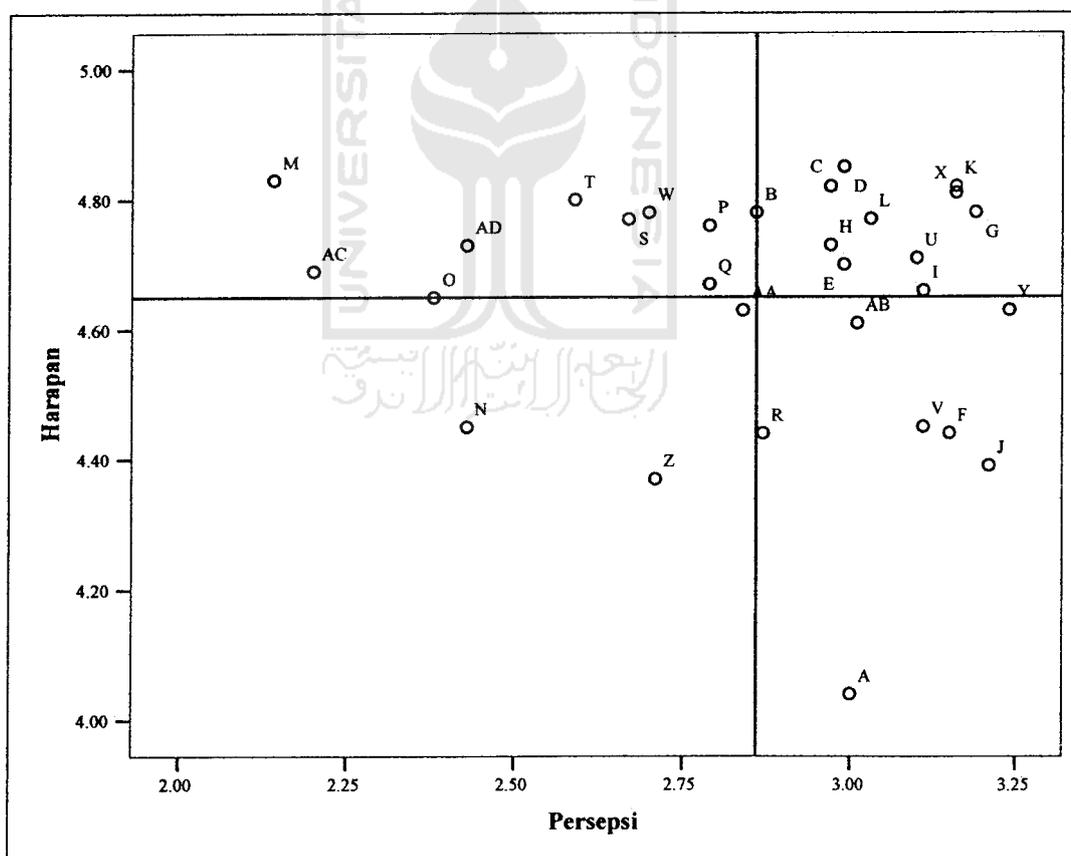
Sedangkan dari perhitungan diatas bila dilihat bahwa terdapat tiga item yang memiliki nilai *servqual* yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan variabel yang lain, adapun ketiga item tersebut diatas adalah: (1) keberadaan fasilitas telepon umum ( $mean = -1,04$ ), (2) keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan ( $mean = -1,18$ ) dan (3) penyejuk ruangan / AC / kipas angin ( $mean = -1,29$ ). Walaupun lebih tinggi tetapi masih dibawah harapan dari pelanggan.

Posisi masing-masing item pernyataan pada kuadran dalam diagram kartesius disajikan pada Gambar 4.1.

#### 4.5.1. Kuadran I

Item yang berada pada kuadran I mempunyai tingkatan harapan diatas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya lebih rendah dari rata-rata persepsi secara keseluruhan. Ada delapan item yang berada pada kuadran I yaitu: (1) kecepatan dalam pelayanan ( $servqual = -2,69$ ), (2) kejelasan rincian harga barang yang dibeli ( $servqual = -1,97$ ), (3) kemudahan untuk

menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen ( $servqual = -1,88$ ), (4) karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen ( $servqual = -2,10$ ), (5) penampilan karyawan ( $servqual = -2,21$ ), (6) diskon yang ditawarkan ( $servqual = -2,08$ ), (7) perhatian pribadi kepada para pelanggan seperti mengirim kartu hari raya ( $servqual = -2,49$ ) dan (8) sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah ( $servqual = -2,30$ ), oleh karena itu item-item tersebut perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen karena tingkat harapannya tinggi sedang tingkat persepsinya rendah sehingga tingkat persepsi dapat sesuai dengan tingkat harapan.



**Gambar 4.1**  
**Diagram Kartesius Seluruh Item**

#### 4.5.2. Kuadran II

Item yang berada pada kuadran II mempunyai tingkatan harapan diatas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya di atas rata-rata persepsi secara keseluruhan. Ada 11 item yang berada pada kuadran II yaitu: (1) keberadaan kamar kecil/WC (*servqual* = -1,92), (2) kebersihan kamar kecil/WC (*servqual* = -1,85), (3) keberadaan sarana bermain untuk anak-anak (*servqual* = -1,86), (4) keberadaan ATM (*servqual* = -1,71), (5) penerangan yang ada (*servqual* = -1,59), (6) jumlah dan kondisi keranjang yang ada (*servqual* = -1,76), (7) sarana parkir (*servqual* = -1,55), (8) keanekaragaman jenis produk yang dijual (*servqual* = -1,66), (9) keanekaragaman merk produk yang dijual (*servqual* = -1,74), (10) keramahan karyawan dalam melayani konsumen (*servqual* = -1,61) dan (11) kualitas barang yang dijual (*servqual* = -1,65). Karena nilai harapan dan persepsi diatas rata-ratanya maka pihak manajemen harus mempertahankan item-item tersebut, kalau perlu ditingkatkan kembali.

#### 4.5.3. Kuadran III

Item yang berada pada kuadran III mempunyai tingkatan harapan dan tingkat persepsi di bawah rata-rata harapan dan persepsi secara keseluruhan. Ada empat item yang berada pada kuadran III yaitu: (1) jumlah kasir (*servqual* = -2,02), (2) lama antrian di kasir (*servqual* = -2,27), (3) keberadaan sarana penitipan barang (*servqual* = -1,66) dan (4) jumlah satpam yang ada (*servqual* = -1,79). Karena item dianggap kurang penting bagi konsumen maka pihak manajemen dapat menjalankan dengan biasa saja.

#### 4.5.4. Kuadran IV

Item yang berada pada kuadran IV mempunyai tingkat harapan dibawah rata-rata keseluruhan dan tingkat persepsi diatas rata-rata nilai persepsi secara keseluruhan. Ada tujuh item yang berada pada kuadran IV yaitu: (1) keberadaan fasilitas telepon umum (*servqual* = -1,04), (2) penyejuk ruangan yang ada / AC, kipas angin (*servqual* = -1,29), (3) keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan (*servqual* = -1,18), (4) pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen (*servqual* = -1,57), (5) harga barang-barang yang dijual (*servqual* = -1,34), (6) jangka waktu produk yang dijual terhadap tanggal kadaluarsa (*servqual* = -1,39) dan (7) kenyamanan berbelanja (*servqual* = -1,60). Item ini dianggap kurang penting bagi konsumen tetapi pihak manajemen telah melaksanakan dengan baik dan dinilai sangat memuaskan namun dianggap berlebihan.

