

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Analisis Faktor

5.1.1. Faktor I

Faktor pertama dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 30,953%, berisi 12 item yang mengukur faktor *tangible*. Oleh karena itu, faktor ini kemudian diberi nama **faktor *tangible***. Item-item faktor *tangible* tersebut yaitu:

- (1) Keberadaan fasilitas telepon umum (A)
- (2) Keberadaan kamar kecil/WC (B)
- (3) Kebersihan kamar kecil/WC (C)
- (4) Keberadaan sarana bermain untuk anak-anak (D)
- (5) Keberadaan ATM (E),
- (6) Penyejuk ruangan / AC, kipas angin (F)
- (7) Penerangan (G)
- (8) Jumlah dan kondisi keranjang (H)
- (9) Sarana parkir (I),
- (10) Keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan (J)
- (11) Keanekaragaman jenis produk yang dijual (K)
- (12) Keanekaragaman merk produk yang dijual (L)

5.1.2. Faktor II

Faktor kedua dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 13,597%, berisi sembilan item yang mengukur faktor *assurance*. Oleh karena itu faktor ini kemudian diberi nama **faktor *assurance***. Item-item faktor *assurance* tersebut yaitu:

- (1) Penampilan karyawan (T)
- (2) Keramahan karyawan (U)
- (3) Harga barang-barang yang dijual (V)
- (4) Diskon yang diberikan (W)
- (5) Kualitas barang (X)
- (6) Jangka waktu tanggal kadaluarsa (Y)
- (7) Keberadaan sarana penitipan barang (Z)
- (8) Jumlah satpam yang ada (AA)
- (9) Jenyamanan berbelanja (AB)

5.1.3. Faktor III

Faktor ketiga dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 10,526%, berisi empat item yang mengukur faktor *reliability*. Oleh karena itu faktor ini kemudian diberi nama **faktor *reliability***. Item-item faktor *reliability* tersebut yaitu:

- (1) Kecepatan dalam pelayanan (M)
- (2) Jumlah kasir (N)
- (3) Lama antrian di kasir (O)
- (4) Kejelasan rincian harga barang (P)

5.1.4. Faktor IV

Faktor keempat dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 6,558%, berisi tiga item yang mengukur faktor *responsiveness*. Oleh karena itu faktor ini kemudian diberi nama **faktor *responsiveness***. Item-item faktor *responsiveness* tersebut yaitu:

- (1) Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen (Q)
- (2) Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen (R)
- (3) Karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen (S)

5.1.5. Faktor V

Faktor kelima dengan total varians yang mampu dijelaskan sebesar 5,137%, berisi dua item yang mengukur faktor *empathy*. Oleh karena itu faktor ini kemudian diberi nama **faktor *empathy***. Item-item faktor *empathy* tersebut yaitu:

- (1) Perhatian pribadi kepada pelanggan (AC)
- (2) Sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah (AD)

5.2. Analisis *Servqual Gap*

Analisis *Servqual Gap* dilakukan dengan melihat kesenjangan (gap) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima atau dipersepsikan pelanggan. Jika kesenjangan (gap) bernilai negatif maka terjadi kesenjangan, jika nilai mendekati nol maka semakin sedikit kesenjangan yang terjadi. Dengan kata lain pelayanan semakin mendekati harapan pelanggan. Jika

gap positif, maka tidak ada kesenjangan. Semakin besar nilai positif gap, maka semakin besar kepuasan pelanggan.

5.2.1. Analisis *Servqual* Tiap Dimensi

5.2.1.1 Dimensi Fasilitas Fisik (*Tangible*)

Hasil analisis faktor ditemukan bahwa dimensi *tangible* diukur dengan 12 item pernyataan. Berdasarkan hasil analisis *servqual* pada Tabel 4.12 terlihat bahwa kesenjangan (gap) terbesar terjadi pada item keberadaan kamar kecil/WC dengan nilai kesenjangan (gap) sebesar -1,92. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan dari pihak Supermarket Alfa Yogyakarta dalam hal keberadaan kamar kecil/WC. Adapun urutan kesenjangan (gap) dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil yaitu:

- (1) Keberadaan kamar kecil/WC (-1,92)
- (2) Keberadaan sarana bermain untuk anak-anak (-1,86)
- (3) Kebersihan kamar kecil/WC (-1,85)
- (4) Jumlah kondisi keranjang yang ada (-1,76)
- (5) Keanekaragaman merk produk yang dijual (-1,74)
- (6) Keberadaan ATM (-1,71)
- (7) Keanekaragaman jenis produk yang dijual (-1,66)
- (8) Penerangan yang ada (-1,59)
- (9) Sarana parkir luas/sempit (-1,55)
- (10) Penyejuk ruangan yang ada (-1,29)
- (11) Keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan (-1,18)
- (12) Keberadaan fasilitas telepon umum (-1,04)

5.2.1.2 Dimensi Kemampuan Pelayanan (*Reliability*)

Hasil analisis faktor ditemukan bahwa dimensi *reliability* diukur dengan empat item pernyataan. Berdasarkan hasil analisis *servqual* pada Tabel 4.12 terlihat bahwa kesenjangan (gap) terbesar terjadi pada item kecepatan dalam pelayanan dengan nilai kesenjangan (gap) sebesar -2,69. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan dari pihak Supermarket Alfa Yogyakarta dalam hal kecepatan dalam pelayanan. Adapun urutan kesenjangan (gap) dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil yaitu:

- (1) Kecepatan dalam pelayanan (-2,69)
- (2) Lama antrian di kasir (-2,27)
- (3) Jumlah kasir (-2,02)
- (4) Kejelasan rincian harga barang yang dibeli (-1,97)

5.2.1.3 Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hasil analisis faktor ditemukan bahwa dimensi *responsiveness* diukur dengan tiga item pernyataan. Berdasarkan hasil analisis *servqual* pada Tabel 4.12 terlihat bahwa kesenjangan (gap) terbesar terjadi pada item karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen dengan nilai kesenjangan (gap) sebesar -2,10. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan dari pihak Supermarket Alfa Yogyakarta dalam hal kecepattanggapan karyawan terhadap barang yang dicari oleh konsumen. Adapun urutan kesenjangan (gap) dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil yaitu:

- (1) Karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen (-2,10)

- (2) Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen (-1,88)
- (3) Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen (-1,57).

5.2.1.4 Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Hasil analisis faktor ditemukan bahwa dimensi *assurance* diukur dengan sembilan item pernyataan. Berdasarkan hasil analisis *servqual* pada Tabel 4.12 terlihat bahwa kesenjangan (gap) terbesar terjadi pada item penampilan karyawan dengan nilai kesenjangan (gap) sebesar -2,21. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan dari pihak Supermarket Alfa Yogyakarta dalam hal penampilan karyawan. Adapun urutan kesenjangan (gap) dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil yaitu:

- (1) Penampilan karyawan (-2,21)
- (2) Diskon yang diberikan (-2,08)
- (3) Jumlah satpam yang ada (-1,79)
- (4) Keberadaan sarana penitipan barang (-1,66)
- (5) Kualitas barang yang dijual (-1,65)
- (6) Keramahan karyawan dalam melayani konsumen (-1,61)
- (7) Kenyamanan berbelanja (-1,60)
- (8) Jangka waktu produk yang dijual terhadap tanggal kadaluarsa (-1,39)
- (9) Harga barang-barang yang dijual (-1,34)

5.2.1.5 Dimensi Kemudahan Melakukan Hubungan (*Empathy*)

Hasil analisis faktor ditemukan bahwa dimensi *empathy* diukur dengan dua item pernyataan. Berdasarkan hasil analisis *servqual* pada Tabel 4.12 terlihat

bahwa kesenjangan (gap) terbesar terjadi pada item perhatian pribadi kepada para pelanggan dengan nilai kesenjangan (gap) sebesar -2,49. Hal ini membuktikan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan dari pihak Supermarket Alfa Yogyakarta dalam hal perhatian pribadi kepada para pelanggan. Adapun urutan kesenjangan (gap) dari nilai yang paling besar ke nilai yang paling kecil yaitu:

- (1) Perhatian pribadi kepada para pelanggan (-2,49)
- (2) Sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah (-2,30).

5.2.2. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk melihat keberadaan dari masing-masing item, apakah terletak di kuadran satu, dua, tiga ataukah keempat. Adapun masing-masing dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

5.2.2.1 Dimensi Fasilitas Fisik (*Tangible*)

a. Kuadran I

Tidak ada item dalam dimensi *tangible* yang masuk ke dalam kuadran

I. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai perlu mendapatkan prioritas utama dalam pelaksanaannya.

b. Kuadran II

Ada sembilan item dalam dimensi *tangible* yang masuk ke dalam kuadran II. Item-item tersebut adalah:

- (1) Keberadaan kamar kecil/WC (B)
- (2) Kebersihan kamar kecil/WC (C)

- (3) Keberadaan sarana bermain untuk anak-anak (D)
- (4) Keberadaan ATM (E)
- (5) Penerangan yang ada (G)
- (6) Jumlah dan kondisi keranjang yang ada (H)
- (7) Sarana parkir (I)
- (8) Keanekaragaman jenis produk yang dijual (K)
- (9) Keanekaragaman merk produk yang dijual (L)

c. Kuadran III

Tidak ada item dalam dimensi *tangible* yang masuk ke dalam kuadran III. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai mendapatkan prioritas rendah dalam pelaksanaannya.

d. Kuadran IV

Ada tiga item dalam dimensi *tangible* yang masuk ke dalam kuadran IV. Item-item tersebut adalah:

- (1) Keberadaan fasilitas telepon umum (A)
- (2) Penyejuk ruangan yang ada (F)
- (3) Keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan (J)

5.2.2.2 Dimensi Kemampuan Pelayanan (*Reliability*)

a. Kuadran I

Ada dua item dalam dimensi *reliability* yang masuk ke dalam kuadran

I. Item-item tersebut adalah:

- (1) Kecepatan dalam pelayanan (M)
- (2) Kejelasan rincian harga barang yang dibeli (P)

Hal ini menunjukkan bahwa kedua item ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen. Pihak manajemen harus cepat dalam melayani pelanggan dan memberikan kejelasan mengenai rincian harga barang yang dibeli.

b. Kuadran II

Tidak ada item dalam dimensi *reliability* yang masuk ke dalam kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai perlu dipertahankan dalam pelaksanaannya.

c. Kuadran III

Ada dua item dalam dimensi *reliability* yang masuk ke dalam kuadran

III. Item-item tersebut adalah:

- (1) Jumlah kasir (N)
- (2) Lama antrian di kasir (O)

d. Kuadran IV

Tidak ada item dalam dimensi *reliability* yang masuk ke dalam kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya.

5.2.2.3 Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

a. Kuadran I

Ada dua item dalam dimensi *responsiveness* yang masuk ke dalam kuadran I. Item-item tersebut adalah:

- (1) Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen (Q)
- (2) Karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen (S)

Hal ini menunjukkan bahwa kedua item ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen. Pihak manajemen harus memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyampaikan keluhan serta memberikan peringatan kepada karyawan supaya lebih cepat tanggap apabila konsumen menanyakan barang yang dicari oleh konsumen.

b. Kuadran II

Tidak ada item dalam dimensi *responsiveness* yang masuk ke dalam kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai perlu dipertahankan dalam pelaksanaannya.

c. Kuadran III

Tidak ada item dalam dimensi *responsiveness* yang masuk ke dalam kuadran III. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai mendapatkan prioritas rendah dalam pelaksanaannya.

d. Kuadran IV

Ada satu item dalam dimensi *responsiveness* yang masuk ke dalam kuadran IV, yaitu Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen (R).

5.2.2.4 Dimensi Jaminan (*Assurance*)

a. Kuadran I

Ada dua item dalam dimensi *assurance* yang masuk ke dalam kuadran

I. Item-item tersebut adalah:

- (1) Penampilan karyawan (T)
- (2) Diskon yang diberikan (W)

Hal ini menunjukkan bahwa kedua item ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen. Pihak manajemen harus sering memberikan diskon kepada konsumen serta merubah penampilan karyawan dengan memberikan seragam yang lebih bagus supaya konsumen lebih simpatik.

b. Kuadran II

Ada dua item dalam dimensi *assurance* yang masuk ke dalam kuadran

II. Item-item tersebut adalah:

- (1) Keramahan karyawan dalam melayani (U)
- (2) Kualitas barang yang dijual (X)

c. Kuadran III

Ada dua item dalam dimensi *assurance* yang masuk ke dalam kuadran

III. Item-item tersebut adalah:

- (1) Keberadaan sarana penitipan barang (Z)
- (2) Jumlah satpam yang ada (AA)

d. Kuadran IV

Ada tiga item dalam dimensi *assurance* yang masuk ke dalam kuadran

IV. Item-item tersebut adalah:

- (1) Harga barang-barang yang dijual (V)
- (2) Jangka waktu produk yang dijual terhadap tanggal kadaluarsa (Y)
- (3) Kenyamanan berbelanja (AB)

5.2.2.5 Dimensi Kemampuan melakukan Hubungan (*Empathy*)

a. Kuadran I

Ada dua item dalam dimensi *empathy* yang masuk ke dalam kuadran I.

Item-item tersebut adalah:

- (1) Perhatian pribadi kepada para pelanggan (AC)
- (2) Sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah (AD)

Hal ini menunjukkan bahwa kedua item ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen. Pihak manajemen sebaiknya sering memberikan bonus kepada pelanggan atau memberikan kartu ucapan selamat hari raya supaya pelanggan merasa mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan, serta lebih cepat tanggap apabila konsumen menyampaikan keluhan.

b. Kuadran II

Tidak ada item dalam dimensi *empathy* yang masuk ke dalam kuadran II. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai perlu dipertahankan dalam pelaksanaannya.

c. Kuadran III

Tidak ada item dalam dimensi *empathy* yang masuk ke dalam kuadran III. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai mendapatkan prioritas rendah dalam pelaksanaannya.

d. Kuadran IV

Tidak ada item dalam dimensi *empathy* yang masuk ke dalam kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam dimensi ini tidak ada yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya.

Rekapitulasi hasil analisis diagram kartesius berdasarkan item masing-masing dimensi (faktor) disajikan pada Tabel 5.1



Tabel 5.1
Posisi Masing-masing Item Berdasarkan Faktor pada Diagram Kartesius

Item	Kuadran			
	I	II	III	IV
Faktor atau Dimensi <i>Tangible</i>				
A (Keberadaan Fasilitas Telepon Umum)				■
B (Keberadaan Kamar Kecil / WC)		■		
C (Kebersihan Kamar Kecil / WC)		■		
D (Keberadaan sarana bermain untuk anak-anak)		■		
E (Keberadaan ATM)		■		
F (Penyejuk Ruangan yang ada / AC, Kipas Angin)				■
G (Penerangan yang ada)		■		■
H (Jumlah dan Kondisi keranjang yang ada)		■		
I (Sarana Parkir: Luas, Sempit)		■		
J (Keindahan, kebersihan dan kenyamanan ruangan)				■
K (Keanekaragaman jenis produk yang dijual)		■		
L (Keanekaragaman merk produk yang dijual)		■		
Faktor atau Dimensi <i>Reliability</i>				
M (Kecepatan dalam pelayanan)	■			
N (Jumlah kasir)	■		■	
O (Lama antrian di kasir)			■	
P (Kejelasan rincian harga barang yang dibeli)	■			
Faktor atau Dimensi <i>Responsiveness</i>				
Q (Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen)	■			
R (Pihak manajemen cepat tanggap terhadap keluhan konsumen)				■
S (Karyawan cepat tanggap terhadap barang yang dicari konsumen)	■			
Faktor atau Dimensi <i>Assurance</i>				
T (Penampilan karyawan)	■			
U (Keramahan karyawan dalam melayani konsumen)		■		
V (Harga barang-barang yang dijual)				■
W (Diskon yang diberikan)	■			
X (Kualitas barang yang dijual)		■		
Y (Jangka waktu produk yang dijual terhadap tanggal kadaluarsa)				■
Z (Keberadaan sarana penitipan barang)			■	
AA (Jumlah satpam yang ada)			■	
AB (Kenyamanan berbelanja)				■
Faktor atau Dimensi <i>Empathy</i>				
AC (Perhatian pribadi kepada para pelanggan seperti mengirim kartu hari raya)	■			
AD (Sikap simpatik bila pelanggan menyampaikan keluhan atau masalah)	■			

Sumber: Lampiran 4, halaman 1 – 4

Berdasarkan Tabel 5.1 dapat dilihat bahwa:

- 1) Item-item pada faktor atau dimensi *tangible* pada umumnya (ada sembilan item) menempati kuadran II yang berarti, item-item tersebut memiliki nilai tingkat persepsi di atas rata-rata secara keseluruhan dan tingkat harapan di atas rata-rata secara keseluruhan dan harus dipertahankan kinerjanya kalau perlu harus ditingkatkan lagi, serta berada pada kuadran IV (ada tiga item) yang artinya item-item tersebut mendapatkan perlakuan yang berlebihan dalam pelaksanaannya.
- 2) Item-item pada faktor atau dimensi *reliability* pada umumnya (ada dua item) menempati kuadran I yang berarti, item-item tersebut mempunyai tingkatan harapan di atas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya lebih rendah dari rata-rata persepsi secara keseluruhan, hal ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen untuk diperbaiki, serta berada pada kuadran III (ada dua item) yang artinya item-item tersebut mempunyai tingkat harapan dan tingkat persepsi di bawah rata-rata nilai harapan dan persepsi secara keseluruhan.
- 3) Item-item pada faktor atau dimensi *responsiveness* pada umumnya (ada dua item) menempati kuadran I, yang berarti item-item tersebut mempunyai tingkatan harapan di atas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya lebih rendah dari rata-rata persepsi secara keseluruhan, hal ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen untuk diperbaiki,

serta berada pada kuadran IV (ada satu item) yang artinya item-item tersebut mendapatka perlakuan yang berlebihan dalam pelaksanaannya.

- 4) Item-item pada faktor atau dimensi *Assurance* menyebar relatif merata pada keempat kuadran. Dua item menempati kuadran I yang berarti, item-item tersebut mempunyai tingkatan harapan diatas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya lebih rendah dari rata-rata persepsi secara keseluruhan, hal ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen untuk diperbaiki, dua item berada pada kuadran II yang berarti item-item tersebut memiliki nilai tingkat persepsi diatas rata-rata secara keseluruhan dan tingkat harapan diatas rata-rata secara keseluruhan dan harus dipertahankan kinerjanya kalau perlu harus ditingkatkan lagi, dua item berada pada kuadran III yang berarti artinya item-item tersebut mempunyai tingkat harapan dan tingkat persepsi dibawah rata-rata nilai harapan dan persepsi secara keseluruhan, serta tiga item pada kuadran IV yang artinya item-item tersebut mendapatka perlakuan yang berlebihan dalam pelaksanaannya.
- 5) Kedua item pada faktor atau dimensi *empathy* menempati kuadran I, yang berarti item-item tersebut mempunyai tingkatan harapan diatas rata-rata harapan secara keseluruhan dan tingkat persepsinya lebih rendah dari rata-rata persepsi secara keseluruhan, hal ini harus mendapatkan prioritas utama oleh pihak manajemen untuk diperbaiki.