

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Susindo Swalayan Temanggung terhadap kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Susindo Swalayan Temanggung dan mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen sehingga dapat diketahui atribut pada dimensi pelayanan yang diprioritaskan pada Susindo Swalayan Temanggung.

Subyek penelitian ini adalah konsumen pada Susindo Swalayan Temanggung yaitu konsumen yang berbelanja pada swalayan Bazar. Sedangkan obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan konsumen pada Susindo Swalayan Temanggung. Dengan cara ini pihak pada Susindo Swalayan Temanggung dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan konsumen.

4.1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai

dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang sebagai data uji coba (tray out) maka angka kritiknya adalah 0,3061.

Berdasarkan tabel 3.1 yang terletak pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 15 butir pada variabel kinerja, dan harapan dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

b. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada para konsumen Susindo Swalayan Temanggung. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0,60

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Reliabilitas

Koef. Alpha Cronbach		Nilai Kritis	Keterangan
Kinerja	Harapan		
0,8771	0,9072	0.6	Handal

butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil konsumen Susindo Swalayan Temanggung berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, dan Umur. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat harapan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	30	31,3%
Wanita	66	68,7%
Jumlah	96	100%

Sumber:Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 68,7 persen responden berjenis kelamin wanita dan 31,3 persen responden berjenis kelamin pria. Ditinjau dari besarnya persentase

menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah konsumen dengan jenis kelamin wanita. Hal ini disebabkan karena wanita cenderung mempunyai sifat konsumtif dan biasanya dalam rumah tangga yang mengatur masalah kebutuhan sehari-hari adalah wanita. Sehingga penilaian sikap terhadap produk atau jasa oleh mayoritas responden ini akan lebih representatif karena kelompok responden ini lebih mengerti tentang atribut-atribut produk yang ditawarkan oleh Susindo Swalayan Temanggung.

4.2.2. Umur

Umur seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kepuasan dalam memilih obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.3
Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
< 15 tahun	12	12.5%
15 - 30 tahun	26	27.1%
26 - 40 tahun	51	53.1%
> 40 tahun	7	7.3%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang berbelanja di Susindo Swalayan Temanggung mayoritas berusia antara 26 - 40 tahun, yaitu sebesar 53,1 persen (51 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 15 - 30 tahun sebesar 27,1

persen (26 orang), berusia kurang dari 15 tahun sebesar 12,5 persen (12 orang) dan terakhir berusia lebih dari 40 tahun sebesar 7,3 persen atau 7 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Susindo Swalayan Temanggung adalah berusia produktif yaitu antara 26 hingga 35 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok konsumen ini termasuk dalam kelompok yang memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga dibutuhkan tempat berbelanja yang memuaskan guna memenuhi seluruh kebutuhan dalam menjalankan aktivitasnya.

4.3. Analisis Statistik

Analisa kuantitatif adalah analisa data yang didasarkan pada angka-angka dengan perhitungan sistematis. Tujuan dari analisa statistik ini adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesa yang telah ditetapkan.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Analisis selisih, Uji Wilcoxon Signed Rank Test, dan Analisis Kruskal Wallis Test. Analisis selisih digunakan untuk mengetahui besarnya gap antara kinerja responden dengan harapan konsumen. Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh konsumen Susindo Swalayan Temanggung. Analisis Kruskal Wallis Test digunakan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen antara konsumen yang berbelanja di Susindo Swalayan Temanggung terhadap pelayanan pada Susindo Swalayan Temanggung berdasarkan Karakteristik Responden.

4.3.1. Analisis Selisih

Analisis selisih digunakan untuk mengetahui urutan kepuasan konsumen pada setiap atribut dapat dilihat dari selisih antara kinerja dan harapan. Berikut akan dijelaskan analisis selisih yaitu menjelaskan deskripsi data baik data harapan, kinerja karyawan maupun gap antara kinerja dan harapan pada masing-masing atribut.

Untuk mengetahui selisih kepuasan karyawan pada atribut atau variable yang signifikansi maka digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

$$\text{Skor max} = \text{nilai max} - \text{nilai min}$$

$$\text{Skor min} = \text{nilai min} - \text{nilai max}$$

$$I = \text{skor max} - \text{skor min}$$

$$\text{Dan interval skor} = I/5$$

Dimana diketahui :

$$\text{Nilai max} = 5$$

$$\text{Nilai min} = 1$$

Maka dapat diketahui nilai interval atau selisihnya adalah sebagai berikut

$$\text{Nilai skor max} \quad : 5 - 1 = 4$$

$$\text{Nilai skor min} \quad : 1 - 5 = -4$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - (-4)}{5} = 1.6$$

Sehingga dapat ditentukan kriteria tingkat kepuasan konsumen atas dasar selisih antara skor rata-rata kinerja dengan skor rata-rata harapan atau kepentingan. Apabila kinerja yang diperoleh konsumen mempunyai skor

lebih kecil dibandingkan harapan konsumen maka konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diperolehnya dan sebaliknya semakin tinggi skor kinerja yang diperoleh dibandingkan harapannya maka konsumen akan merasa semakin puas.

Jika Gap bernilai -4 s/d $-2,4$: Sangat tidak puas

Jika Gap bernilai $-2,4$ s/d $-0,8$: Tidak puas

Jika Gap bernilai $-0,8$ s/d $0,8$: Cukup puas

Jika Gap bernilai $0,8$ s/d $2,4$: Puas

Jika Gap bernilai $2,4$ s/d 4 : Sangat Puas

Hasil perhitungan tingkat kepuasan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

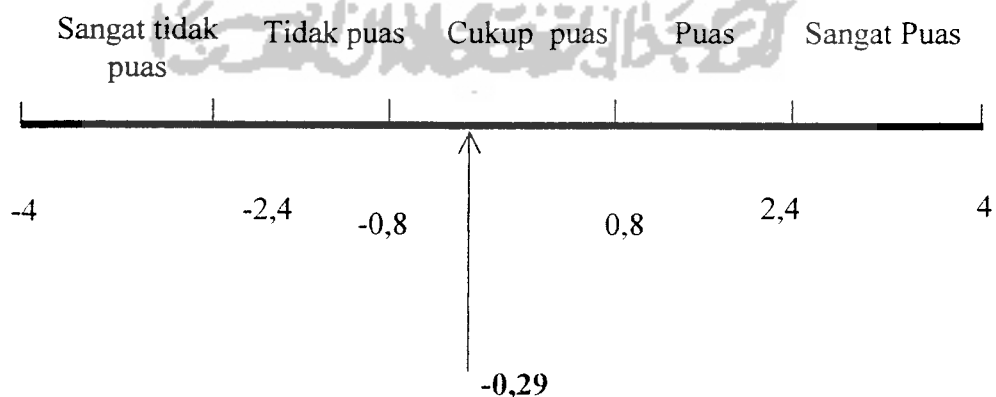
No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	Gap	Kriteria	Rangking	P-value	Keterangan
1	Harga barang	3.25	4.02	-0.77	CP	14	0.000	Sig
2	Kelengkapan barang	3.42	3.84	-0.42	CP	8	0.001	Sig
3	Kualitas barang	2.87	3.38	-0.51	CP	11	0.000	Sig
4	Lay out barang	3.13	3.63	-0.50	CP	10	0.000	Sig
5	Lokasi	3.42	3.86	-0.44	CP	9	0.000	Sig
6	Kebersihan toko	4.25	4.21	0.04	CP	6	0.823	NS
7	Kenyamanan toko	4.20	4.14	0.06	CP	5	0.548	NS
8	Penampilan karyawan	4.34	4.01	0.33	CP	1	0.000	Sig
9	Kesopanan karyawan	4.36	4.40	-0.04	CP	7	0.687	NS
10	Keramahan karyawan	4.24	4.06	0.18	CP	2	0.228	NS
11	Informasi produk	2.98	3.72	-0.74	CP	13	0.000	Sig
12	Kecepatan pelayanan kasir	3.40	4.52	-1.12	TP	15	0.000	Sig
13	Keakuratan pelayanan kasir	3.19	3.75	-0.56	CP	12	0.000	Sig
14	Tempat Parkir	4.13	4.06	0.07	CP	4	0.472	NS
15	Tempat penitipan barang	4.00	3.90	0.10	CP	3	0.000	Sig
	Total	3.68	3.97	-0.29	CP		0.000	Sig

Keterangan : TP: Tidak puas CP: Cukup puas

Sumber : Data primer diolah, 2006

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut kesopanan karyawan merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 4,31 artinya bahwa konsumen telah mendapatkan pelayanan yang sopan dari karyawan yang bekerja di Susindo Swalayan Temanggung. Sedangkan dari kepentingan responden atribut kecepatan pelayanan kasir mempunyai nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,44 artinya bahwa mayoritas kepentingan konsumen terhadap kecepatan pelayanan kasir adalah tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain.

Hasil analisis kepuasan seperti pada tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar $-0,29$. Nilai ini termasuk dalam kategori **Cukup puas**. Hal ini karena nilai gap ini berada pada rentang $-0,8$ sampai dengan $0,8$. Untuk memperjelas kesimpulan ini dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 4.1. Tingkat Kepuasan Konsumen.

Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut penampilan karyawan mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,33, artinya kepuasan yang diperoleh konsumen tertinggi dirasakan pada atribut penampilan karyawan yang terlihat rapi.

Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut keramahan karyawan, tempat penitipan barang, tempat parkir, kenyamanan toko, kebersihan toko, kesopanan karyawan, kelengkapan barang, likasi, lay out barang, kualitas barang, keakuratan pelayanan parkir, harga barang, dan terakhir kecepatan pelayanan kasir. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut pelayanan yang paling baik dimiliki oleh Susindo Swalayan Temanggung adalah penampilan karyawan, serta yang paling buruk adalah kecepatan pelayanan kasir dalam melayani pembayaran barang pembeli.

4.3.2 Pengujian Hipotesis

1 Pengujian Hipotesis Pertama

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan kepentingan yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian di Susindo Swalayan Temanggung digunakan dengan uji Wilcoxon Signed Rank Test. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan kepentingan yang diberikan oleh Susindo Swalayan Temanggung. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a

diterima artinya bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan kepentingan.

Dari tabel 4.4 maka dapat dijelaskan bahwa sebagian besar atribut terjadi perbedaan yang signifikan antara kepentingan dengan kinerja yang diberikan oleh Susindo Swalayan Temanggung yaitu pada atribut harga barang, kelengkapan barang, kualitas barang, lay out barang, lokasi, penampilan karyawan, informasi produk, kecepatan pelayanan kasir, keakuratan pelayanan kasir dan tempat penitipan barang. Hal ini dibuktikan dengan probabilitas pada kesepuluh atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05. Sedangkan untuk atribut kebersihan toko, kenyamanan toko, kesopanan karyawan, keramahan karyawan, dan tempat parkir tidak terjadi perbedaan yang signifikan hasil penilaian kinerja dan kepentingan yang diterima oleh konsumen setelah berbelanja di Susindo Swalayan Temanggung. Hasil ini dibuktikan dengan nilai probabilitas pada kelima atribut tersebut di atas taraf signifikansi yang ditolerir 0,05.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka sebagian besar terjadi perbedan yang signifikan antara kinerja dan kepentingan pada kualitas pelayanan Susindo Swalayan. Hal ini didukung dengan analisis selisih kepuasan konsumen seperti pada tabel 4.4 yang menunjukkan bahwa rata-rata total nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, artinya terjadi perbedaan secara keseluruhan antara kinerja dan kepentingan pada pelayanan Susindo Swalayan. Dengan demikian hipotesis pertama

secara signifikan tidak dapat diterima, artinya bahwa antara kinerja dan harapan terdapat perbedaan secara signifikan.

2 Pengujian hipotesis kedua

Hipotesis kedua menyatakan tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan antara konsumen terhadap pelayanan pada Susindo Swalayan Temanggung berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.5.

Atribut yang meliputi kebersihan toko, kenyamanan toko, kesopanan karyawan, keramahan karyawan dan tempat parkir tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen, berarti konsumen sudah merasa cukup puas pada atribut diatas maka tidak perlu dijelaskan lebih lanjut. Sedangkan untuk sepuluh ayribut yang lain yaitu harga barang, kelengkapan barang, kualitas barang, lay out barang, lokasi, penampilan karyawan, informasi produk, kecepatan pelayana kasir, keakuratan pelayanan kasir, dan penitipan barang dilakukan pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.5
Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Kepuasan Konsumen Susindo Swalayan Temanggung Berdasarkan Karakteristik Responden

	Jenis Kelamin			Usia					Ket.	P-value	Ket.
	Pria	Wanita	P-value	< 15 tahun	15 - 30 tahun	26 - 40 tahun	> 40 tahun				
Harga barang	-0.83	-0.76	0.527	-1.42	-0.83	-0.71	0.17	0.008	Sig		
Kelengkapan barang	-0.03	-0.59	0.024	-0.75	-0.24	-0.47	-0.17	0.553	NS		
Kualitas barang	-0.43	-0.56	0.363	-0.33	-0.55	-0.57	-0.33	0.780	NS		
Lay out barang	-0.43	-0.53	0.586	-0.75	-0.55	-0.39	-0.67	0.674	NS		
Lokasi	-0.37	-0.47	0.469	-0.75	-0.66	-0.22	-0.50	0.131	NS		
Kebersihan toko	0.07	0.03	0.740	0.08	0.17	0.02	-0.50	0.623	NS		
Kenyamanan toko	0.03	0.06	0.851	0.00	-0.07	0.14	0.00	0.740	NS		
Penampilan karyawan	0.47	0.27	0.393	0.17	0.28	0.37	0.67	0.766	NS		
Kesopanan karyawan	-0.17	0.02	0.345	-0.25	0.17	-0.14	0.17	0.672	NS		
Keramahan karyawan	0.07	0.23	0.486	0.58	-0.14	0.31	-0.17	0.165	NS		
Informasi produk	-0.40	-0.91	0.017	-0.83	-0.97	-0.61	-0.67	0.647	NS		
Kecepatan pelayanan kasir	-0.87	-1.24	0.105	-0.83	-0.97	-1.37	-0.50	0.188	NS		
Keakuratan pelayanan kasir	-0.60	-0.56	0.931	-1.42	-0.38	-0.49	-0.50	0.080	NS		
Tempat Parkir	0.17	0.03	0.605	-0.17	0.00	0.14	0.33	0.893	NS		
Tempat penitipan barang	0.13	0.09	0.699	-0.50	0.55	-0.06	0.50	0.024	Sig		

Sumber : Data primer diolah, 2006

a. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa kelompok konsumen / pelanggan Susindo Swalayan Temanggung, menunjukkan bahwa kelompok pria memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut penampilan karyawan dengan rata-rata gap sebesar 0,47 dan kepuasan terendah dicapai oleh konsumen pria pada atribut kecepatan pelayanan kasir dengan rata-rata gap sebesar $-0,87$. sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut penampilan karyawan.

Begitu juga dengan responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut penampilan karyawan dengan besarnya gap sebesar 0,27. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut kecepatan pelayanan kasir ($-1,24$). Dengan demikian kecenderungan wanita memperoleh kepuasan atribut penampilan karyawan.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut kelengkapan barang dan informasi produk sedangkan untuk atribut yang lain tidak signifikan. Hal ini berarti antara pria dan wanita dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut kelengkapan barang dan informasi produk berbeda, dimana pria memperoleh kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan wanita. Namun demikian untuk 13 atribut yang lain tidak berbeda secara signifikan. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan jenis kelamin.

Dengan adanya penemuan di atas maka strategi yang hendaknya dilakukan oleh Susindo Swalayan, agar memprioritaskan kualitas pelayanan pada kedua atribut (kelengkapan barang dan informasi produk) terutama untuk konsumen wanita. Langkah yang dilakukan dapat dengan melakukan penambahan barang-barang yang ditawarkan, terutama untuk barang-barang kelengkapan dapur karena hal ini dirasa masih terasa minim, sehingga kaum wanita belum memperoleh kepuasan pada atribut tersebut.

Hal ini dapat dilakukan dengan menambah jumlah suplayer, baik lokal maupun nasional, sehingga kelengkapan barang di swalayan tersebut dapat terpenuhi.

Selain itu hendaknya diadakan, ruang informasi yang selama ini belum ada, yang ditempatkan berdekatan dengan tempat penitipan barang, sehingga ketika konsumen akan memasuki swalayan tersebut dapat dengan mudah memperoleh barang yang diinginkan, karena terdapat petugas sendiri yang memberikan informasi secara jelas. Informasi dapat juga dilakukan dengan memberikan informasi produk-produk yang sedang didiskon dengan harga-harga khusus lewat microfon, sehingga pengunjung akan tertarik untuk membeli produk-produk tersebut, yang sebelumnya tidak direncanakan.

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 15 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut keramahan karyawan dengan gap sebesar 0,58 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut keakuratan

pelayanan kasir dengan gap sebesar $-0,83$. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 15 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut keramahan karyawan.

Sedangkan responden yang berusia antara 15 - 30 tahun dengan kepuasan tertinggi terjadi pada atribut tempat penitipan barang (0,55) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut informasi produk ($-0,97$). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 15 - 30 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut tempat penitipan barang

Untuk responden yang berusia antara 30 – 40 tahun kepuasan tertinggi dicapai pada atribut penampilan karyawan (0,37) kepuasan terendah terjadi pada atribut kecepatan pelayanan kasir ($-1,37$). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 30 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut penampilan karyawan.

Namun demikian pada usia lebih dari 40 tahun kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut penampilan karyawan dengan gap sebesar 0,67, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut informasi produk ($-0,67$) Hal ini berarti kecenderungan kelompok konsumen yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut penampilan karyawan.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut harga dan tempat penitipan barang. Hal ini ditunjukkan dengan angka probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti konsumen yang berusia muda memiliki kepuasan yang berbeda dengan konsumen

yang berusia tua dalam hal harga dan tempat penitipan barang. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menatakan tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan usia.

Hal ini disebabkan karena semakin tinggi usia konsumen, maka penghasilan konsumen cenderung lebih tinggi, sehingga kepuasan terhadap harga yang ditetapkan oleh Susindo Swalayan juga semakin tinggi. Adanya perbedaan yang signifikan tersebut maka strategi yang hendaknya dilakukan oleh Susindo Swalayan adalah meningkatkan atribut harga terutama untuk kalangan yang berusia muda, sehingga diharapkan akan memperoleh kepuasan yang sama. Langkah yang dilakukan misalnya dengan memberikan potongan harga, diskon, undian, atau dengan kartu anggota. Diskon dapat diberikan pada produk-produk tertentu, yang produsennya sedang melakukan promo, sehingga pihak swalayan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan, karena telah ditanggung oleh produsen.

Adanya perbedaan pada atribut tempat penitipan barang, maka hendaknya tempat penitipan barang yang sudah ada selama ini diperbaiki keberadaannya, layoutnya karena selama ini belum berada pada posisi dan tempat yang strategis, karena masih bercampur dengan beberapa barang dagangan. Tempat penitipan barang disediakan dengan petugas khusus, dengan rak-rak yang lebih banyak, sehingga tidak perlu tempat yang luas, namun sistem penataannya yang perlu diperbaiki.

Maka berdasarkan hasil perhitungan Kruskal Wallis dengan tabel 4.5 dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua dapat diterima karena tidak ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen Susindo Swalayan Temanggung berdasarkan karakteristik konsumen, yang berarti bahwa Susindo Swalayan memberikan pelayanan yang sama untuk masing-masing karakteristik.

