



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Pengajuan
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ekonomi
Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**NURLELA
NIM. 14 402 00120**

PROGRAM EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2020



**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Pengajuan
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ekonomi
Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

NURLELA
NIM. 14 402 00120

PEMBIMBING I

Drs. KAMALUDDIN, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

RINI HAYATI LUBIS, MP
NIP. 19870413 2019 2011

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Fax (0634) 24022

Hal Lampiran Skripsi
 a.n. NURLELA
Lampiran 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Oktober 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n NURLELA yang berjudul "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Drs. KAMALUDDIN, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Pembimbing II

RINI HAYATI LUBIS, MP
NIP. 19870413 2019 2011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama NURLELA
NIM 14 402 00120
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Syariah
Judul Skripsi **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiaris sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 Februari 2020
Pembuat Pernyataan,



NURLELA
NIM. 14 402 00120

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURLELA
Nim : 14 402 00120
Jurusan : Ekonomi Syariah (Manajemen Bisnis-2)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal, 25 Februari 2020

Yang Menyatakan




NURLELA
14 402 00120



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rival Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0834) 22080 Faksimile (0834) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : NURLELA
NIM : 14 402 00120
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah-3
JUDUL SKRIPSI : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan

Ketua

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin / 18 Mei 2020
Pukul : 11.00 WIB s/d 13.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,52
Predikat : Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizaal Nurdin Km.4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0934) 22080 Faksimile (0934) 24022

PENGESAHAN

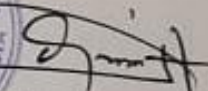
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN
PADANGSIDIMPUAN

NAMA : NURLELA
NIM : 14 402 00120

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 20 Oktober 2020
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nurlela

Nim : 14 402 0120

Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak Aman Swalayan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen belum tercapai, hal ini terlihat dari kurangnya lahan parkir untuk konsumen, pelayanan karyawan yang kurang cepat serta pengetahuan karyawan tentang barang yang dijual belum cukup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan melalui lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibel, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*.

Penelitian ini menggunakan teori *The Expaction Discorfirmation Model* dan merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling*, sumber data yaitu primer dan sekunder, pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan angket. Analisis Data Menggunakan *Software Statistical Package For The Social Sciences (SPSS)* versi 23. Metode yang digunakan untuk menguji tingkat kepuasan melalui kualitas pelayanan adalah *Importance Performance Analisis (IPA)*.

Hasil IPA menunjukkan pada diagram kartesius terdapat 6 atribut yang berada di kuadran A, artinya atribut-atribut tersebut memiliki kepentingannya tinggi bagi konsumen tetapi kinerjanya rendah (prioritas utama) dan harus ditingkatkan lagi. Pada kuadran B terdapat 4 atribut, artinya atribut-atribut tersebut kepentingannya tinggi oleh konsumen dan kinerjanya juga tinggi (pertahankan prestasi). Pada kuadran C terdapat 6 atribut, artinya atribut-atribut tersebut kepentingannya dianggap biasa saja oleh konsumen dan kinerjanya juga biasa saja (prioritas rendah). Dan terakhir pada kuadran D, terdapat 3 atribut, artinya kepentingannya rendah bagi konsumen tetapi kinerjanya tinggi (berlebihan). Dari seluruh atribut, tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan berkisar dari 80 sampai 98 % dan masuk kedalam kategori “puas”.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Kepuasan Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidempuan**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.

Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, MA selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari SEI., MA sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh civitas akademik IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, MP selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Teristimewa saya haturkan terimakasih kepada Ayahanda tercinta Zulham Napitupulu yang telah banyak melimpahkan pengorbanan yang tidak pernah mengenal lelah, selalu memberikan bantuan moril dan material serta sabar memotivasi kasih sayang dan doanya yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Kepada Ibunda tercinta Almh. Ratna Dewi yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan sepanjang hidupnya, semoga Allah SWT dapat membalas perjuangannya dengan surga firdaus-Nya dan dapat diterima di sisiNya serta ditempatkan di tempat sebaik-baikNya. Serta terima kasih juga kepada Ibu saya Nurlaila Nasution kepada kakak saya Fadilla Zuliana Napitupulu S.Pd, dan adik saya Tobi Yusuf Napitupulu, karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
8. Rekan-rekan Mahasiswa khususnya kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yang terkhusus buat Girls Squad, Nurul Insan Rambe S.E, Lina Saputri S.E, Fitria Febrina Harahap S.E, Rina Afsari Hasibuan S.E dan kepada teman- teman ES-3 MB-2 angkatan 2014 IAIN Padangsidempuan.
9. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Aman Swalayan Padangsidempuan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 17 Desember 2019

Peneliti,

NURLELA
NIM. 14 402 00120

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	şad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	<i>Apostrof</i>
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

- a. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ؤ	ḍommah	U	U

- b. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....ؤ	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta *Marbutah*

Transliterasi untuk Ta *Marbutah* ada dua.

- a. Ta *Marbutah* hidup yaitu Ta *Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta *Marbutah* mati yaitu Ta *Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta *Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta *Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan daftar transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI	
DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	13
1. Kepuasan Konsumen	13
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	13
b. Ciri-ciri Konsumen yang Merasa Puas	13
c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
d. Elemen Kepuasan Konsumen	15
e. Pengukuran Kepuasan Konsumen	15
f. Teori Kepuasan	17
g. Kepuasan Menurut Perspektif Islam.....	19
2. Kualitas Pelayanan	20
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
b. Dasar-dasar Pelayanan	21
c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik.....	22
d. Etiket Pelayanan	22
e. Larangan dalam Etiket Pelayanan.....	23
f. Dimensi Kualitas Pelayanan	24
g. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Sumber Data.....	35
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	36
1. Angket.....	36
2. Observasi.....	38
3. Wawancara.....	39
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
1. IPA (<i>Importance Performance Analisis</i>).....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	45
1. Sejarah Aman Swalayan.....	45
2. Visi dan Misi.....	45
3. Struktur Organisasi.....	46
B. Hasil Penelitian.....	48
1. Hasil Uji Validitas dan uji reliabilitas.....	48
a. Hasil Uji Validitas.....	48
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
2. Hasil Analisis Data.....	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
D. Keterbatasan Penelitian.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	63
B. Saran-saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Daftar <i>Member</i> Yang Berbelanja di Aman Swalayan	6
Tabel I.2 Definisi Operasional	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel III.1 Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Angket	37
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket Tingkat Kepentingan	37
Tabel III.3 Kisi-kisi Angket Tingkat Kinerja.....	38
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	48
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	49
Tabel IV.3 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	50
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	51
Tabel IV.5 Jumlah Nilai, Rata-rata Kinerja dan Kepentingan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	32
Gambar III.1 Diagram Kartesius	43
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	46
Gambar IV.2 Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar *modern* merupakan hasil perkembangan budaya, teknologi, dan juga gaya hidup, dimana keberadaan pasar *modern* ini dibangun untuk memudahkan pembeli dalam mencari barang atau jasa secara lebih terkonsep dengan baik. Ciri khas dari pasar *modern* adalah di tempat ini para pembeli dan penjual tidak dapat melakukan negosiasi tawar-menawar harga sebuah produk. Harga sebuah produk di pasar *modern* cenderung sudah tertera jelas dalam ukuran tertentu oleh para penjualnya.

Fasilitas yang diberikan oleh pasar *modern* antara lain menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka yang lebih panjang dan menawarkan aneka pilihan pembayaran seperti kartu kredit. Barang yang dijual memiliki variasi jenis yang beragam, selain menjual barang lokal pasar *modern* juga menjual berbagai barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui seleksi yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Tipe pasar *modern* rata-rata merupakan sebuah konsep swalayan yang ditunjukkan kepada para pembeli sebagai konsumennya. Pada saat ini perkembangan pasar *modern* telah merambah hingga ke berbagai pelosok kota dan kecamatan di Indonesia, seperti swalayan. Swalayan adalah pelayanan sendiri oleh pembeli karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga.¹

Artinya melayani sendiri dengan diberikan kebebasan dalam memilih produk yang diinginkan tanpa dilayani oleh pramuniaga.

¹<http://kbbi.web.id/swalayan.html>, diakses pada (26 Desember 2018 pukul 17.00 WIB).

Swalayan menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti beras, minyak sampai kosmetik. Swalayan memberikan kemudahan bagi pelanggan yaitu dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat. Swalayan ini juga sangat praktis karena konsumen mendapatkan barang yang mereka perlukan dengan cepat dikarenakan luasnya tidak terlalu besar dan suasana aman nyaman ketika berbelanja.

Bagi setiap swalayan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas. Kepuasan (*satisfaction*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapan.² Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan salah satu strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu lama sebelum dapat membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, karena kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator kesuksesan perusahaan di masa yang akan datang. Kepuasan konsumen juga dapat memberikan kontribusi terhadap barang yang akan dipasarkan nantinya banyak diminati maka perusahaan juga harus memperhatikan kualitas layanan kepada konsumen.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditentukan.³ Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan yang diinginkan oleh konsumen salah satunya adalah mempertahankan dan

²Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52.

³Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo 2008), hlm. 31.

berusaha meningkatkan pelayanan serta memperhatikan perkembangan keinginan dan kebutuhan para pelanggan dari waktu ke waktu, dengan berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkan, dan juga memperlakukan pelanggan dengan pola layanan yang baik.

Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih barang yang akan dikonsumsi atau tempat belanja yang akan dikunjungi adalah kualitas pelayanan yang disediakan oleh swalayan itu sendiri, apakah sesuai dengan yang diinginkan konsumen atau tidak, karena banyak hal yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas dengan layanan yang diberikan pihak perusahaan. Konsumen yang merasa puas terhadap swalayan akan kembali mengunjungi swalayan tersebut, hal ini disebabkan oleh faktor kepercayaan yang telah terbentuk antara konsumen dengan pihak swalayan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Adanya kepuasan dari pihak konsumen merupakan koreksi dari pihak penyedia layanan mengenai sampai dimana pelayanan yang diberikan, apakah bertambah baik, tetap atau bahkan menurun. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kualitas pelayanan yang dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku dan dapat memahami apa yang diminta konsumen sehingga tujuan dari pelayanan tersebut dapat tercapai.

Padangsidempuan adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Sumatera Utara dan merupakan kota terbesar di Tapanuli. Pertumbuhan

ekonomi di kota ini cukup pesat terutama sektor perdagangan, salah satunya dapat dilihat dari perkembangan jumlah swalayan yang ada di Padangsidimpuan. Pada tahun 2014 jumlah swalayan di Padangsidimpuan hanya 6 gerai saja, namun pada saat sekarang ini jumlah swalayan di Padangsidimpuan mencapai kurang lebih 38 gerai.⁴

Aman Swalayan adalah salah satu swalayan yang berada di Padangsidimpuan yaitu terletak di Jalan Patrice Lumumba 2 No.12. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, Aman Swalayan memberikan kepuasan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen melalui lima dimensi tersebut peneliti melakukan wawancara kepada beberapa *member* Aman Swalayan dan hasilnya ada yang merasa sangat puas, puas, kurang puas dan tidak puas.

“Menurut ibu Agustina Harahap, 55 tahun kualitas pelayanan dari lima dimensi tersebut memuaskan karena dari segi *responsiveness* karyawan Aman Swalayan cepat merespon permintaannya, serta memberitahukan jika ada diskon. Namun dari segi *tangibles* atau bukti fisik masih kurang karena gedung yang berdempetan dengan gedung di sampingnya menyebabkan tempat parkir yang begitu kecil jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan setiap harinya”.⁵

“Menurut ibu Nurlaila Nasution, 37 tahun kualitas pelayanan dari lima dimensi tersebut kurang memuaskan karena dari segi *tangibles* tempat parkir

⁴<https://www.slideshare.net>, diakses pada (24 Januari 2018 pukul 08.06 WIB).

⁵Agustina Harahap, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Aman Swalayan, Tanggal 29 April 2018, Pukul 16.00 Wib.

yang sempit menyebabkan susahnya mengeluarkan sepeda motor yang digunakan”.⁶

“Menurut ibu Rifany Harahap, 23 tahun kualitas pelayanan dari lima dimensi tersebut kurang memuaskan karena dari segi *responsiveness* karyawan Aman Swalayan kurang tanggap dalam menjawab pertanyaannya mengenai produk-produk di Aman Swalayan. Selain itu dari segi *tangibles* banyak produk yang di pajang masih berdebu”.⁷

“Menurut ibu Fadilla Juliana, 25 tahun kualitas dari lima dimensi tersebut kurang memuaskan dari segi *empathy* karena karyawan mengikuti konsumen dianggap untuk mengawasi konsumen saja dan bukan untuk memperhatikan kemauan konsumen”.⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa *member* Aman Swalayan dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan dari kelima dimensi tersebut masih kurang puas terutama pada dimensi *tangibles* dan *empathy*. Hal ini menyebabkan *member* yang berbelanja di Aman Swalayan berfluktuasi. Untuk melihat tingkat kepuasan konsumen, dapat dilihat pada data internal Aman Swalayan pada bulan Mei 2017- Maret 2018.

⁶Nurlaila Nasution, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Aman Swalayan, Tanggal 29 April 2018, Pukul 17.00 Wib.

⁷Rifany Harahap, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Aman Swalayan, Tanggal 29 April 2018, Pukul 17.40 Wib.

⁸Fadilla Juliana, karyawan Swasta, Wawancara di Aman Swalayan, Tanggal 3 Mei 2018, Pukul 15.00 Wib.

Tabel I.1
Daftar *Member* yang Berbelanja dari Mei 2017-Maret 2018

Tahun	Bulan	Rata-Rata Per Bulan
2017	Mei	500 <i>member</i>
	Juni	900 <i>member</i>
	Juli	1.800 <i>member</i>
	Agustus	1.200 <i>member</i>
	September	750 <i>member</i>
	Oktober	580 <i>member</i>
	November	600 <i>member</i>
	Desember	1.500 <i>member</i>
2018	Januari	1.300 <i>member</i>
	Februari	980 <i>member</i>
	Maret	700 <i>member</i>

Sumber: data internal aman swalayan

Berdasarkan tabel 1 data rata-rata jumlah *member* yang berbelanja di Aman Swalayan menunjukkan bahwa perubahan jumlah *member* yang berbelanja tiap bulannya berbeda-beda, dimana terdapat kenaikan yang tinggi serta kenaikan yang rendah. Dari bulan Mei 2017 hingga bulan Maret 2018 kenaikan tertinggi terjadi dari bulan Juni ke bulan Juli yaitu mencapai hingga 2 kali lipat dari jumlah awalnya. Kenaikan tersebut disebabkan karena bulan Ramadhan yang umumnya kebutuhan setiap orang akan bertambah. Kenaikan yang cukup tinggi juga terjadi di bulan Desember disebabkan banyaknya diskon akhir tahun. Namun dari bulan Juli ke bulan Agustus terjadi penurunan jumlah *member* yang berbelanja begitu tinggi hingga mencapai 600 orang.

Aman Swalayan berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya agar kepuasan dapat tercapai. Akan tetapi *member* yang aktif di

aman swalayan berfluktuasi. Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak tercapai dan hal ini tidak sesuai dengan teori dari M.N. Nasution, banyak pakar yang menyatakan bahwa hukum pertama kualitas adalah “melakukan segala sesuatu benar sejak awal” bila hal itu tercapai, maka akan terwujud kepuasan pelanggan.⁹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sinta Rahma Putri menunjukkan bahwa “analisis kepuasan pelanggan berbelanja di budiman swalayan kota Padang pada analisis IPA diketahui tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden adalah sebesar 78,84% dan dalam kategori puas”.¹⁰

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan.**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, dapat diidentifikasi bahwa kepuasan konsumen pada Aman Swalayan belum tercapai jika dilihat melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian).

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam

⁹M.N Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 116.

¹⁰Sinta Rahma Putri, “*Analisis Kepuasan Pelanggan Berbelanja Di Budiman Swalayan Kota Padang*” (Jurnal 2015)

penelitian ini hanya berfokus kepada kepuasan konsumen Aman Swalayan Padangsidimpuan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian).

D. Definisi Operasional

Variabel merupakan gejala-gejala yang menjadi fokus penelitian untuk diamati. Sesuai dengan judul penelitian ini maka terdapat lima variabel. Di bawah ini akan diuraikan pengertian masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional

Dimensi	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Tangibles</i> (bukti fisik)	Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> - Kenyamanan tempat parkir - Penampilan fisik gedung - Kebersihan dan kenyamanan swalayan - Penampilan karyawan 	Ordinal
<i>Reliability</i> (kehandalan)	kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen - Kemampuan dalam membantu konsumen mencari barang yang dibutuhkan 	Ordinal
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Kesediaan atau kemauan pegawai dalam	<ul style="list-style-type: none"> - Merespon dengan cepat permintaan konsumen 	Ordinal

¹¹Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*(Yogyakarta: Andi Offset , 2005), hlm.198.

	memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.	- Kemampuan dalam menangani keluhan konsumen	
<i>Assurance</i> (jaminan)	Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi konsumennya. ¹²	- Pengetahuan karyawan yang luas - Penggantian barang yang kadaluarsa atau yang rusak dengan barang yang baru	Ordinal
<i>Empathy</i> (perhatian)	Kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian individu kepada konsumen	- Mampu menjalani hubungan yang baik dengan konsumen - Mengetahui keinginan konsumen - Pelayanan yang ramah dan sopan	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *reliability*?

¹²*Ibid.*, hlm. 199.

3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness*?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance*?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *empathy*?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *reliability*.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness*.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance*.
5. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dimensi *empathy*.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Secara teoritis, diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang dunia bisnis, serta memberikan kontribusi khususnya bagi Aman Swalayan Padangsidempuan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yaitu:
 - a. Bagi peneliti sendiri sebagai wahana pengembangan wawasan keilmuan dan tugas akhir mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

- b. Bagi pihak akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak akademis untuk menambah dan memperkaya bahan kajian dan pustaka, serta menjadi referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi masyarakat, dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat khususnya tentang kepuasan konsumen.
- d. Bagi perusahaan, dari hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan dalam menyusun skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidempuan.” menggunakan ejaan yang disempurnakan agar mudah dipahami pembaca, dan untuk mempermudah peneliti mengklasifikasikannya kedalam lima bab yaitu:

BAB I, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah sesuai dengan fenomena yang terjadi ditempat objek penelitian. Identifikasi masalah, batasan masalah dalam penelitian ini dibatasi pada kepuasan konsumen Aman Swalayan Padangsidempuan melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian). Definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik

bagi peneliti, bagi pihak akademis, bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II, dalam bab ini dibahas mengenai landasan teori, yakni teori-teori yang menyangkut tentang kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Untuk mendukung teori-teori yang ada, maka disertakan juga penelitian terdahulu dan kerangka teori.

BAB III, dalam bab ini membahas tentang metode penelitian yang didalamnya menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data serta instrumen pengumpulan data.

BAB IV, dalam bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V, merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang membuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertakan dengan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa, jika kinerja sesuai harapan pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas.¹³ Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang digunakannya akan kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.¹⁴

b. Ciri-ciri Konsumen yang Merasa Puas

Kotler dalam buku Vinna Sri Yuniarti, menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:¹⁵

- 1) Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.

¹³Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52.

¹⁴Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 181.

¹⁵Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*(Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015), hlm. 238.

- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.
- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
- 2) Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan yang baik atau yang sesuai dengan harapannya.
- 3) Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan

suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹⁶

d. Elemen Kepuasan Konsumen

- 1) *Expectation*, yaitu harapan konsumen terhadap suatu barang telah dibentuk sebelum konsumen membeli suatu barang atau jasa tersebut.
- 2) *Performance*, yaitu pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- 3) *Comparison*, hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.
- 4) *Confirmation*, yaitu harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.¹⁷

e. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur atau memantau konsumennya dan konsumen pesaing. Empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan konsumen.¹⁸

¹⁶*Ibid.*, hlm. 239.

¹⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas* (Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2008), hlm. 187.

¹⁸Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 315.

- 1) Sistem keluhan dan saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites*, dan lain-lain.
- 2) *Ghost Shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Kemudian mereka diminta untuk melaporkan temuan-temuannya yang berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing.
- 3) *Lost Customer Analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
- 4) Survei Kepuasan Pelanggan, melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh

perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- a) *Directly reported satisfaction*, pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.
- b) *Derived Satisfaction*, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan.
- c) *Problem analysis*, dalam teknik ini responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan.
- d) *Importance performance analysis*, dalam teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut.¹⁹

f. Teori Kepuasan (*The Expectancy Disconfirmation Model*)

Teori ini menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*,

¹⁹*Ibid*, hlm. 319.

yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari kinerja suatu produk.²⁰

Produk berkinerja lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmati*). Jika ini terjadi konsumen akan merasa puas. Produk berkinerja sesuai yang diharapkan, inilah yang disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, tetapi juga tidak mengecewakan konsumen. Konsumen memiliki perasaan yang netral. Produk berkinerja lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut dengan diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Hal ini akan menyebabkan kekecewaan sehingga konsumen merasa tidak puas.²¹

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Ketidakpuasan bias semakin besar apabila konsumen yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat.

Kondisi ini dapat menyebabkan konsumen berprasangka buruk dan sakit hati, yang terpenting bagi konsumen adalah pihak instansi

²⁰Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 322.

²¹Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 184.

harus menunjukkan prihatin dan penyesalannya terhadap kecewanya konsumen. Oleh karena itu, para karyawan harus dilatih dan diberi wewenang untuk mengambil keputusan dalam rangka menanganisituasi-situasi seperti itu.

Disamping keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan konsumen juga dapat memberikan dampak positif. Karena konsumen lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindak anuntuk memecahkan masalah mereka.²²

Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka konsumen akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectation* maka konsumen akan merasa tidak puas. Seorang konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari produsen, nilai ini bias berasal dari prouk, pelayanan system atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nilai bagi konsumen adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen terasa nyaman.²³

g. Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam

Dalam konsep memberikan kepuasan dalam pelayanan jasa, islam menganjurkan agar memberikan yang terbaik bagi setiap orang,

²²M Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Inonesia , 2004), hlm. 117.

²³Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 240.

Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 59, sebagai berikut:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ
 سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

Artinya : Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan RasulNya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi Kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, Sesungguhnya Kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

Penjelasan dari ayat tersebut, Sayyid Quthub ayat tersebut melukiskan adab jiwa, lidah, dan iman. Adab jiwa dengan kepuasan hati menerima apa yang dianugerahkan Allah SWT, merupakan kepuasan yang lahir dari penyerahan diri kepada-Nya, adab lidah dengan ucapan cukuplah Allah bagi kami, dan adab iman yang dicerminkan oleh harapan akan perolehan sebagian dari karunia-Nya.²⁴

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan konsumen

²⁴M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm

atau menempatkan sesuatu di mana konsumen sudah tahu tempatnya.²⁵

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan yang berhubungan dengan perusahaan dan produk yang ditawarkan.

b. Dasar-dasar Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami setiap karyawan:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum

²⁵Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 15.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- 6) Jangan menyela atau memotong pembicaraan

c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

- 1) Tersedianya karyawan yang baik. Kenyamanan konsumen sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik.
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Pada dasarnya konsumen ingin dilayani secara prima.
- 3) Mampu melayani secara cepat dan tepat, artinya karyawan diharapkan melayani konsumen sesuai dengan prosedur.
- 4) Mampu berkomunikasi, artinya karyawan harus mampu berbicara kepada konsumen dan mampu memahami keinginannya.²⁶

d. Etiket Pelayanan

Etiket pelayanan untuk berbagai acara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lain. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Misalnya, konsumen

²⁶*Ibid.*, hlm. 18-38.

tersinggung dengan cara karyawan bertanya atau gerak gerik karyawan kurang jelas dari cara berbicara atau berpenampilan. Oleh karena itu, etiket pelayanan ini harus dilakukan oleh semua komponen agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap dan perilaku, artinya sikap dan perilaku sehari-hari yang ditunjukkan pada saat berhubungan dengan konsumen. Konsumen sering kali memperhatikan sikap dan perilaku ini terutama sikap yang mau menolong dan peduli terhadap kebutuhan konsumen.
- 2) Penampilan, artinya penampilan yang harus dijaga selama jam kerja secara prima dan terlihat senang dan gembira.
- 3) Cara berpakaian, artinya pakaian yang digunakan tidak terkesan berlebihan.
- 4) Cara berbicara, artinya berbicara kepada konsumen harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.
- 5) Gerak-gerak, artinya gerak-gerak yang diperlihatkan di depan konsumen yang meliputi mimik wajah, pandangan mata, dan pergerakan tangan badan atau kaki.

e. Larangan dalam Etiket Pelayanan

- 1) Dilarang berpakaian sembarangan, jika ditetapkan menggunakan pakaian seragam maka harus menggunakan pakaian seragam pada hari yang ditentukan. Jika tidak menggunakan pakain

seragam maka sebaiknya menggunakan pakaian dengan warna yang tidak terlalu menyala serta tidak menggunakan aksesoris yang berlebihan.

- 2) Dilarang melayani konsumen sambil makan, karyawan dilarang melayani konsumen sambil makan, minum, merokok, mengunyah sesuatu seperti permen karet karena konsentrasi dalam melayani konsumen akan berkurang serta membuat pembicaraan dengan konsumen menjadi kurang jelas.
- 3) Dilarang melayani konsumen sambil mengobrol atau bercanda, karena kemungkinan konsumen akan tersinggung karena dianggap tidak serius dalam pekerjaannya.
- 4) Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan seperti cemberut, memelas atau sedih, karena dianggap melayani konsumen dengan terpaksa.
- 5) Dilarang berdebat atau menyanggah agar tidak terjadi kesalahpahaman antara konsumen dengan karyawan
- 6) Dilarang meninggalkan konsumen
- 7) Dilarang berbicara terlalu keras atau terlalu lemah

f. Dimensi Kualitas Pelayanan

Berikut ini merupakan lima dimensi kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen:²⁷

²⁷M.N Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 57.

1) *Tangibles* (bukti fisik)

Bukti fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.²⁸

2) *Reliability* (kehandalan)

Kehandalan yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Profesionalitas inilah yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

4) *Assurance* (jaminan)

Jaminan berkenaan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan

²⁸Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*(Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm.198.

perusahaan menciptakan rasa aman bagi konsumennya.²⁹ Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap menghargai, sopan, santun dan lemah lembut, maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai konsumen kepada perusahaan. Jaminan ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap perusahaan.

5) *Empathy* (empati)

Empati berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian individu kepada konsumen. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya yang berkenaan dengan pelayanan.

²⁹*Ibid.*, hlm. 199.

Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa puas, dan jika melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas.

g. **Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam**

Islam telah mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas dan jangan memeberikan yang buruk kepada orang lain. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³⁰ Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

³⁰ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.

Berdasarkan ayat tersebut, telah dijelaskan bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan. Allah telah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum, kini tuntutan diarahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud.³¹ Dalam memberikan pelayanan haruslah bersikap lemah lembut terhadap konsumen agar konsumen merasa puas. Jika memberikan pelayanan dengan berlaku keras dan berhati kasar akan menimbulkan ketidaknyamanan, rasa takut, dan tidak percaya bagi konsumen dan akan berpaling ke perusahaan yang lain.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan analisis kepuasan konsumen aman swalayan padangsidimpunan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda. Untuk memperkuat penelitian ini maka peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu dan dapat dijelaskan berdasarkan tabel berikut:

³¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Raudatunnur Lubis (Skripsi Ekonomi Syariah, 2016, IAIN, Padangsidimpuan).	Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Natama Padangsidimpuan	Hasil penelitian IPA menunjukkan 11 atribut yang berada pada kuadran kedua yang mana pada kuadran ini memiliki kinerja yang sangat baik sedangkan nilai CSI pada hotel Natama Padangsidimpuan adalah sebesar 0,7228 atau 72,28%.
2.	I A Manik Iswari (Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 2015, Unud, Denpasar).	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Jasa Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (Studi Kasus Di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar)	Hasil analisis IPA berdasarkan penelitian menunjukkan secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan belum tercapai karena kinerja restoran dengan skor 3,9 belum sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor 4,2.
3.	Anggi Baginda Siregar (Jurnal Manajemen Agribisnis, 2011, Institut Pertanian, Bogor).	Analisis Kepuasan Konsumen di popeyes Chiken And Seafood Mal Puri Indah Jakarta Barat	Nilai CSI pada popeyes chicken and seafood mal putri indah Jakarta Barat adalah sebesar 0,7825. Kepuasan pada popeyes mal puri indah Jakarta Barat berada pada range 0,66-0,80.
4.	Fitria Iski Farida (Jurnal Ekonomi, 2011, Institut Pertanian Bogor).	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kreata Api Ekspres Pakuan Jabodetabek	Hasil CSI yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yaitu sebesar 0,476 yang berarti pelanggan kurang puas terhadap kinerja pelayanan yang dilakukan oleh PT. KAI Jabodetabek.
5.	Sinta Rahma	Analisis Kepuasan	Hasil dari hasil analisis CSI

	Putri (jurnal pendidikan ekonomi, 2015, Universitas Riau)	Pelanggan Berbelanja Di Budiman Swalayan Kota Padang	sebesar 70,2 dimana nilai ini terletak pada kriteria 0,66-0,80 yang artinya pelanggan sudah puas terhadap layanan Budiman Swalayan dan pada analisis IPA diketahui tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh responden adalah sebesar 74,84%.
--	---	--	---

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitianterdahulu adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudari Raudatunnur Lubis adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA. Perbedaannya adalah penelitian ini tidak menggunakan metode CSI sedangkan Raudatunnur Lubis menggunakan metode CSI.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudara I A Manik Iswari adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA dan perbedaannya adalah I A Manik Iswari menggunakan teknik analisis kualitatif dan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini tidak.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudara Anggi Baginda adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA dan perbedaannya adalah penelitian oleh Anggi Baginda menggunakan analisis deskriptif dan metode CSI sedangkan penelitian ini tidak.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh saudari Fitria Iski Farida adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA. Perbedaannya adalah

saudari Fitria Iski Farida menggunakan metode CSI dan uji Chi Square sedangkan penelitian ini tidak.

5. Persamaa penelitian ini dengan penelitian oleh saudari Sinta Rahma Putri adalah sama-sama menggunakan teknik analisis IPA dan perbedaannya adalah penelitian Sinta Rahma Putri adalah menggunakan metode CSI sedangkan penelitian ini tidak. Perbedaan lainnya dengan seluruh penelitian terdahulu adalah terletak pada waktu dan tempat penelitian.

C. Kerangka Pikir

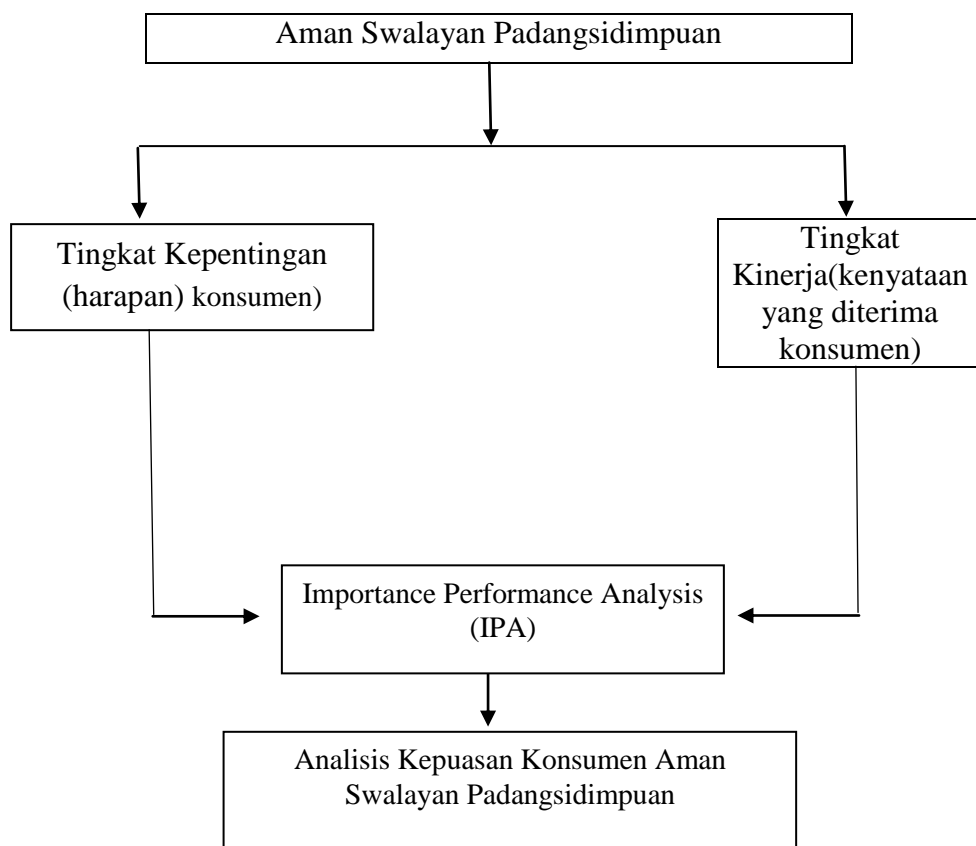
Pada awal berdirinya Aman Swalayan masih berbentuk UD (Usaha Dagang) yang menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat atau sembako. Untuk mengembangkan usahanya dilakukan perluasan wilayah dengan membuka toko Aman II, yang sekarang dikenal sudah menjadi Aman Swalayan. Aman swalayan adalah salah satu Swalayan yang terletak di Kota Padangsidempuan tepatnya di Jalan Patrice Lumumba 2 N0. 12.

Agar tercapainya kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggannya Aman swalayan Padangsidempuan akan membandingkan antara tingkat kepentingan pelanggan (harapan) dengan tingkat kinerja (*Performance*) Aman swalayan Padangsidempuan.

Tingkat kepentingan adalah harapan konsumen yang terbentuk sebelum membeli suatu barang atau jasa terhadap kinerja atau *Performance* Aman Swalayan Padangsidempuan. Sedangkan tingkat kinerja atau *Perormance* adalah kenyataan atau pengalaman yang diterima oleh konsumen atas pelayanan Aman swalayan Padangsidempuan.

Pengukuran kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Analisis ini bermanfaat untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan menurut persepsi pelanggan serta mengetahui atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendorong upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan oleh Aman Swalayan Padangsidempuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar II.1
Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Aman Swalayan yang terletak di Jalan Patrice Lumumba 2 No.12. Padangsidempuan dan dilaksanakan pada Agustus 2019 sampai Februari 2020.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dimulai dengan kegiatan menjajaki permasalahan yang akan menjadi pusat perhatian peneliti. Kemudian peneliti mendefenisi serta memformulasikan masalah penelitian dengan jelas, mendesain model penelitian, menghimpun data, menganalisis hasil penelitian dengan statistik dan mendesain hasil penelitian.³²

Penelitian kuantitatif bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan dan dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi suatu variabel mempengaruhi variabel lain.³³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk

³²M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2005), hlm.50.

³³Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004), hlm. 13.

masalah pokok dalam suatu penelitian.³⁴ Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh *member* Aman swalayan Padangsidempuan yang berjumlah 1.665 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.³⁵ Sampel penelitian ini diambil dari sebagian dari populasi yang ditentukan yaitu sebagian dari *member* Aman Swalayan. Metode yang digunakan untuk menghitung besarnya jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus besaran sampel berikut ini:³⁶

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

d : nilai presisi (nilai signifikansi 10%)

$$n = \frac{1.665}{(1.665 \times (0,1)^2) + 1}$$

$$n = \frac{1.665}{17,65}$$

$$n = 94,33$$

³⁴Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hlm. 161.

³⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 119.

³⁶Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 105.

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel sebanyak 94,33 maka dibulatkan menjadi 94 sampel dari 1.665 populasi. Sampel inilah yang akan diambil dari *member* Aman Swalayan Padangsidempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* adalah prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.³⁷ Sampel diambil berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel.

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³⁸ Data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara dengan konsumen Aman Swalayan Padangsidempuan.
2. Data sekunder merupakan data yang telah tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan seperti jurnal dan buku.³⁹ Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah data *member* Aman Swalayan.

³⁷ *Op.Cit.*, hlm. 174.

³⁸ Sugiyono, *Metode penelitian manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 148.

³⁹ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 30.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrument pengumpulan data ialah alat bantu yang di pilih dan digunakan peneliti dalam kegiatannya agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dipermudah olehnya. Instrument merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data. Instrument yang baik dalam suatu penelitian sangat penting, sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti mengambil data berdasarkan:

1. Angket (Kuesioner)

Angket adalah pertanyaan yang diberikan kepada orang lain (responden) dengan maksud agar orang yang diberi pertanyaan tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.⁴⁰ Pertanyaan dalam angket dibagi menjadi tiga yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka dan kuesioner campuran.

Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu responden tidak mempunyai kesempatan lain dalam memberikan jawabannya selain jawaban yang telah disediakan di daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut dan responden tinggal memilih dari jawaban-jawaban tersebut.⁴¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan 94 angket kepada *member* Aman Swalayan dengan angket yang menggunakan skala *likert*.

⁴⁰Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 2003), hlm.102.

⁴¹ P Joko Sbagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm. 57.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert dalam penelitian ini menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel III.1
Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Angket/Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor	Kategori Jawaban
A	5	Sangat Penting (SP)
B	4	Penting (P)
C	3	Kurang Penting (KP)
D	2	Tidak Penting (TP)
E	1	Sangat Tidak Penting (STP)

Adapun atribut yang berupa pernyataan mengenai tingkat kepentingan atau harapan konsumen dan tingkat kinerja atau kenyataan yang diterima konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III. 2
Kisi-kisi Angket Tingkat Kepentingan (Harapan Konsumen)

DIMENSI	ATRIBUT	Nomor Soal
Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	a. Kenyamanan tempat parkir	1
	b. Penampilan fisik gedung	2
	c. Kebersihan dan kenyamanan swalayan	3 dan 4
	d. Penampilan karyawan	5
Kehandalan (<i>reliability</i>)	e. Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	6, 7, 8 dan 9
	f. Kemampuan dalam membantu konsumen mencari barang yang dibutuhkan	10
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	g. Merespon dengan cepat permintaan konsumen	11
	h. Kemampuan dalam menangani keluhan konsumen	12
Jaminan	i. Pengetahuan karyawan yang luas	13

<i>(assurance)</i>	j. Penggantian barang yang kadaluarsa atau yang rusak dengan barang yang baru	14 dan 15
Perhatian <i>(empathy)</i>	k. Mampu menjalani hubungan yang baik dengan konsumen	16 dan 17
	l. Mengetahui keinginan konsumen	18
	m. Pelayanan yang ramah dan sopan	19

Tabel III. 2
Kisi-kisi Angket Tingkat Kinerja (Kenyataan yang diterima Konsumen)

DIMENSI	ATRIBUT	Nomor Soal
Bukti fisik <i>(tangibles)</i>	a. Kenyamanan tempat parkir	1
	b. Penampilan fisik gedung	2
	c. Kebersihan dan kenyamanan swalayan	3 dan 4
	d. Penampilan karyawan	5
Kehandalan <i>(reliability)</i>	e. Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen	6, 7, 8 dan 9
	f. Kemampuan dalam membantu konsumen mencari barang yang dibutuhkan	10
Daya tanggap <i>(responsiveness)</i>	g. Merespon dengan cepat permintaan konsumen	11
	h. Kemampuan dalam menangani keluhan konsumen	12
Jaminan <i>(assurance)</i>	i. Pengetahuan karyawan yang luas	13
	j. Penggantian barang yang kadaluarsa atau yang rusak dengan barang yang baru	14 dan 15
Perhatian <i>(empathy)</i>	k. Mampu menjalani hubungan yang baik dengan konsumen	16 dan 7
	l. Mengetahui keinginan konsumen	18
	m. Pelayanan yang ramah dan sopan	19

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrumen yang digunakan yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan dan panduan

pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain ruang atau tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu.⁴²

3. Wawancara

Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.⁴³ Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka dengan responden.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis wawancara terimpin, yaitu pewawancara sudah memiliki daftar pertanyaan yang lengkap dan terinci untuk diajukan kepada konsumen.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang di ukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun itu valid atau shahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai)

⁴² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), hlm. 140.

⁴³ Rangkuti Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cita Pustaka, 2016), hlm.149.

tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.⁴⁴ Dengan demikian, syarat instrumen dikatakan memiliki validitas apabila sudah dibuktikan melalui pengalaman yaitu melalui uji coba. Pengujian menggunakan *software SPSS (Statistical Package For The Social Sciences)* dengan taraf signifikansi 0,1 kriteria pengujian adalah sebagai berikut :⁴⁵

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.⁴⁶ Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan mengetahui konsistensi dari instrumen alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's*

⁴⁴Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm 130

⁴⁵Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta : Mediakom, 2008), hlm. 16.

⁴⁶Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

$\alpha > 0.60$. Menurut Sekaran reliabelitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan di atas 0.8 adalah baik.⁴⁷

G. Teknik Analisi Data

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James (1997) dalam artikel mereka “*importance-Performance analysis*”. Analisis ini digunakan untuk menutupi kekurangan yang ada pada SERQUAL.⁴⁸ Analisis ini mengaitkan antara tingkat kepentingan (*importance*) suatu atribut yang dimiliki subjek tertentu dengan kenyataan (*performance*) yang dirasakan oleh pengguna. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk meningkatkan tingkat kepuasan seseorang atas tingkat kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut di ukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan pihak perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya.

Pada teknik ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut di analisis matrix. Metode IPA dapat menghasilkan sebuah rekomendasi perbaikan yang presisi pada manajerial. Kesederhanaan metode IPA ditunjukkan pada hasil analisis atribut penelitian yang digambarkan dalam diagram kartesius dua dimensi yang mudah dipahami. Pengelompokan atribut pada empat

⁴⁷ Duwi Priyatno, *Spss 23 : Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014), hlm. 66

⁴⁸ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: Pt. Indeks, 2011), hlm. 134.

kuadran didasarkan pada nilai rata-rata setiap atribut pada dimensi pengukuran *performance* dan *importance*. Langkah pertama untuk menganalisis IPA adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:⁴⁹

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tki= Tingkat Kesesuaian Responden

Xi= Skor Penilaian Kinerja Aman Swalayan

Yi= Skor Nilai Tingkat Kepentingan konsumen

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{k=1}^k \bar{x}_k}{k}$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{k=1}^k \bar{y}_k}{k}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata kepentingan

n = jumlah sampe

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepenetingan seluruh atribut

k = Jumlah atribut

⁴⁹ M.Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 125.

Setelah melakukan perhitungan dengan rumus tersebut, maka plotkan ke dalam diagram kartesius sebagai berikut:

Gambar III.1
Diagram Kartesius

Kepentingan (Y)

Sangat penting dan tidak puas Prioritas utama A	Sangat penting dan sangat puas Pertahankan prestasi B
Kurang penting dan kurang puas Prioritas rendah C	Kurang penting dan sangat puas Berlebihan D

Kinerja (X)

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik X, Y. Dimana X skor penilaian kinerja sedangkan Y penilaian tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

- a. Kuadran A menunjukkan, bahwa unsur-unsur yang sangat penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas.
- b. Kuadran B menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan maka kewajiban perusahaan untuk mempertahankan kinerjanya.

- c. Kuadran C menunjukkan, bahwa memang unsur-unsur yang memang kurang dianggap penting oleh konsumen dimana seharusnya perusahaan menjalankannya secara sedang saja.
- d. Kuadran D menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan atau sangat memuaskan. Hal ini, dianggap berlebihan.⁵⁰

⁵⁰Supranto, *Proposal Penelitian dengan Contoh* (Jakarta: universitas Indonesia, 2004), hlm. 82.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Aman Swalayan

Bapak H. Lukman Siregar adalah pendiri Aman Swalayan. Pada awal berdirinya Aman Swalayan masih berbentuk UD (Usaha Dagang) yang menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat atau sembako di Jalan Muda Siregar Ex. Jalan Baru No. 15. Kemudian untuk mengembangkan usahanya maka dilakukan perluasan wilayah dengan membuka toko Aman II di Jalan Patrice Lumumba 2 No. 12 yang sekarang lebih dikenal menjadi Aman Swalayan. Aman Swalayan merupakan salah satu Swalayan yang berada kota Padangsidimpuan tepatnya di Jalan Patrice Lumumba 2 No. 12. Aman Swalayan berdiri sejak tanggal 14 Oktober 2012.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen serta mampu bersaing secara lokal.

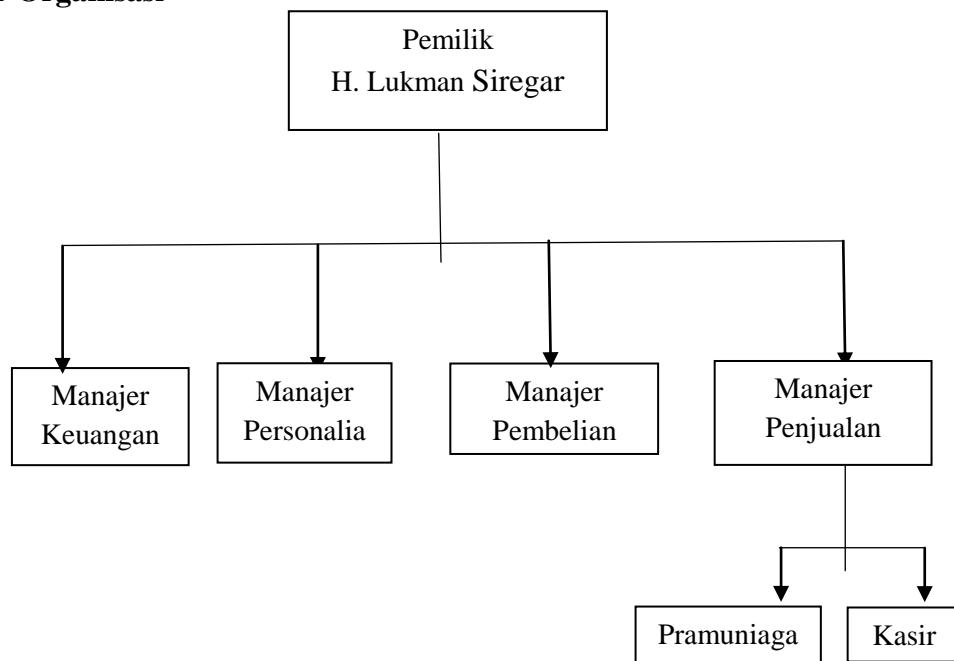
b. Misi

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen dengan berfokus pada kelengkapan produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- 2) Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku atau etika bisnis yang tertinggi.

- 3) Ikut berpartisipasi dalam pembangunan dengan menumbuhkan serta mengembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- 4) Membangun organisasi yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pemasok, karyawan dan masyarakat pada umumnya.⁵¹

3. Struktur Organisasi

Gambar IV.1
Struktur Organisasi



Pemilik Aman Swalayan memiliki tanggungjawab atas kinerja perusahaan, mengontrol manajemen serta membuat kebijakan-kebijakan perusahaan. Dibawah pemilik terdapat empat manajer, yaitu manajer keuangan, manajer personalia, manajer pembelian dan manajer penjualan.

⁵¹ Aman Swalayan Padangsidimpuan

Adapun tugas dari manajer keuangan adalah kontrol target, kontrol omzet, kontrol penyiapan uang serta kontrol kasir dan mesin register.

Tugas dari manajer personalia adalah rekrutmen karyawan dan kontrol karyawan.

Tugas manajer pembelian adalah kontrol gudang, kontrol penerimaan barang kadaluarsa, kontrol kualitas, kontrol pesanan mingguan atau bulanan dan kontrol jadwal *supplier*.

Tugas dari manajer penjualan adalah kontrol barang yang dijual, membuka swalayan, kontrol kebersihan swalayan, kontrol barang berhadiah dan mengkoordinasi pramuniaga. Manajer penjualan bertanggungjawab atas pramuniaga dan kasir.

Pramuniaga bertugas memeriksa barang yang kosong, merapikan barang, memeriksa dan kontrol barang yang rusak, memajang barang menurut jenisnya, mempelajari dan mengenali barang, mempelajari mana barang yang *fast moving* dan *slow moving* serta memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Tugas kasir adalah mengerti dan mampu mengoperasikan mesin register dan hapal kode departemen barang, murah senyum, pandai berkomunikasi dan cekatan.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pernyataan atau atribut mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} .

1) Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

2)

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	<i>Tangibles</i>	Item 1	0,397	Istrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 94 - 2 = 92$ Pada taraf signifikansi 10% sehingga di peroleh $r_{tabel} = 0,1702$	Valid
		Item 2	0,362		Valid
		Item 3	0,197		Valid
		Item 4	0,429		Valid
		Item 5	0,469		Valid
2.	<i>Reliability</i>	Item 6	0,524		Valid
		Item 7	0,520		Valid
		Item 8	0,451		Valid
		Item 9	0,349		Valid
		Item 10	0,347		Valid
3.	<i>Responsiveness</i>	Item 11	0,345		Valid
		Item 12	0,464		Valid
4.	<i>Assurance</i>	Item 13	0,415		Valid
		Item 14	0,536		Valid
		Item 15	0,219		Valid
5.	<i>Emphaty</i>	Item 16	0,504		Valid
		Item 17	0,502		Valid
		Item 18	0,425		Valid
		Item 19	0,300		Valid

Sumber : data diolah SPSS versi 23

Pada tabel IV.1 di atas terdapat nilai korelasi antar skor item dengan skor total pada *corrected item total correlation* yang telah disajikan dalam kolom r_{hitung} . Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dicari pada taraf signifikan 0,1 dengan jumlah $n = 94 - 2 = 92$, maka $r_{tabel} = 0,1707$ (dilihat pada lampiran tabel *product moment*) dan untuk setiap item nilainya lebih besar dari 0,1707 dan item-item tersebut dinyatakan valid.

3) Hasil Uji validitas tingkat kinerja

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	<i>Tangibles</i>	Item 1	0,441	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 94 - 2 = 92$ Pada taraf signifikansi 0,1% sehingga didapatkan perolehan $r_{tabel} = 0,1707$	Valid
		Item 2	0,413		Valid
		Item 3	0,437		Valid
		Item 4	0,415		Valid
		Item 5	0,546		Valid
2.	<i>Reliability</i>	Item 6	0,436		Valid
		Item 7	0,493		Valid
		Item 8	0,470		Valid
		Item 9	0,328		Valid
		Item 10	0,581		Valid
3.	<i>Responsiveness</i>	Item 11	0,385		Valid
		Item 12	0,444		Valid
4.	<i>Assurance</i>	Item 13	0,309		Valid
		Item 14	0,453		Valid
		Item 15	0,444		Valid
5.	<i>Emphaty</i>	Item 16	0,430		Valid
		Item 17	0,213		Valid
		Item 18	0,347		Valid
		Item 19	0,204		Valid

Sumber : data diolah SPSS versi 23

Pada tabel IV.2 di atas terdapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total pada *corrected item total correlation* yang telah disajikan dalam kolom r_{hitung} . Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang dicari pada taraf signifikan 0,1 dengan jumlah $n = 94 - 2 = 92$, maka $r_{tabel} = 0,1707$ (dilihat pada lampiran tabel *product moment*) dan untuk setiap item nilainya lebih besar dari 0,1707 dan item-item tersebut dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Pengekuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23, dengan uji statistik *cronbach's alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$.

1) Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Tabel IV.3
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,721	19

Sumber: data diolah SPSS versi 23

Berdasarkan tabel *Reliability Statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kepentingan dinyatakan reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ ($0,721 > 0,60$).

2) Hasil Uji reliabilitas tingkat kinerja

Tabel IV.4
Hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	19

Sumber: data diolah SPSS versi 23

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel tingkat kinerja dinyatakan reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (0,735 > 0,60).

2. Hasil Analisis Data

a. Importance Performance Analysis

Untuk mengetahui hasil dari mengukur tingkat kinerja dan tingkat kepentingan perusahaan yang diharapkan oleh konsumen, langkah pertama untuk menganalisis IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah menghitung rata-rata penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk setiap atribut dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \%$$

Tabel IV.5
Jumlah Nilai, Rata-rata Kinerja dan Kepentingan

No	Atribut	Nilai Atribut Kinerja (x)	Rata-rata	Nilai Atribut Kepentingan (y)	Rata-rata	Tingkat Kesesuaian
1.	Adanya tempat parkir	391	4,15	424	4,51	92,21%
2.	Bagunan swalayan bagus	392	4,17	417	4,43	94,00%
3.	Kebersihan	385	4,09	412	4,38	93,445

	yang terjaga					
4.	Suhu ruangan yang nyaman	396	4,21	432	4,59	91,66%
5.	Karyawan yang berpenampilan rapi	376	4	415	4,41	90,60%
6.	Pelayanan yang cepat	388	4,12	422	4,48	91,94%
7.	Pendaftaran yang mudah	392	4,17	427	4,54	91,80%
8.	Pembayaran yang akurat pada kasir	387	4,11	409	4,35	94,62%
9.	Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen	343	3,64	416	4,42	84,45%
10.	Membantu konsumen mencari barang	385	4,09	430	4,57	89,53%
11.	Melayani konsumen yang kesulitan	401	4,26	417	4,43	96,16%
12.	Menangani keluhan konsumen dengan baik	392	4,17	403	4,28	97,27%
13.	Karyawan memiliki pengetahuan tentang barang yang dijual	405	4,30	421	4,47	96,19%
14.	Pemeriksaan barang secara berkala	408	3,43	428	4,55	95,32%
15.	Tidak ada barang yang kadaluarsa	404	4,29	424	4,51	95,28%
16.	Karyawan menjalani hubungan	404	4,29	418	4,44	96,65%

	yang baik dengan konsumen					
17.	Konsumen merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan	418	4,44	420	4,46	99,52%
18.	Informasi yang diberikan karyawan mudah dipahami	399	4,24	417	4,43	95,68%
19.	Karyawan ramah dan sopan	416	4,42	424	4,51	98,11%

Sumber : hasil angket/kuesioner

Berdasarkan tabel IV.5 di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Aman Swalayan Padangsidempuan dengan skor rata-rata tertinggi terdapat pada atribut konsumen merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan dengan nilai 4,44, nilai ini berada di atas rata-rata tingkat kinerja dengan nilai 4,18. Sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah terdapat pada atribut karyawan memiliki pengetahuan tentang barang yang dijual dengan nilai 3,43 dan nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kinerja.

Adapun tingkat kepentingan konsumen Aman Swalayan Padangsidempuan dengan skor rata-rata tertinggi terdapat pada atribut suhu ruangan yang nyaman dengan nilai 4,59, nilai ini berada di atas nilai rata-rata tingkat kepentingan dengan nilai 4,46. Sedangkan atribut yang memiliki skor rata-rata terendah terdapat pada atribut menangani keluhan konsumen dengan baik dengan nilai 4,28 dan nilai ini berada di bawah rata-rata tingkat kepentingan.

Selanjutnya untuk mengetahui secara jelas penempatan atribut-atribut yang telah di analisis, maka keseluruhan atribut akan dikelompokkan ke dalam empat kuadran dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius nantinya dapat mengaitkan atribut-atribut kepentingan dengan kepuasan kinerja yang dirasakan oleh konsumen. Untuk mencari titik potong diagram tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini.

$$X = \frac{\sum xi}{n} = \frac{-7428}{94} = 79,59$$

$$Y = \frac{\sum yt}{n} = \frac{7976}{94} = 84,85$$

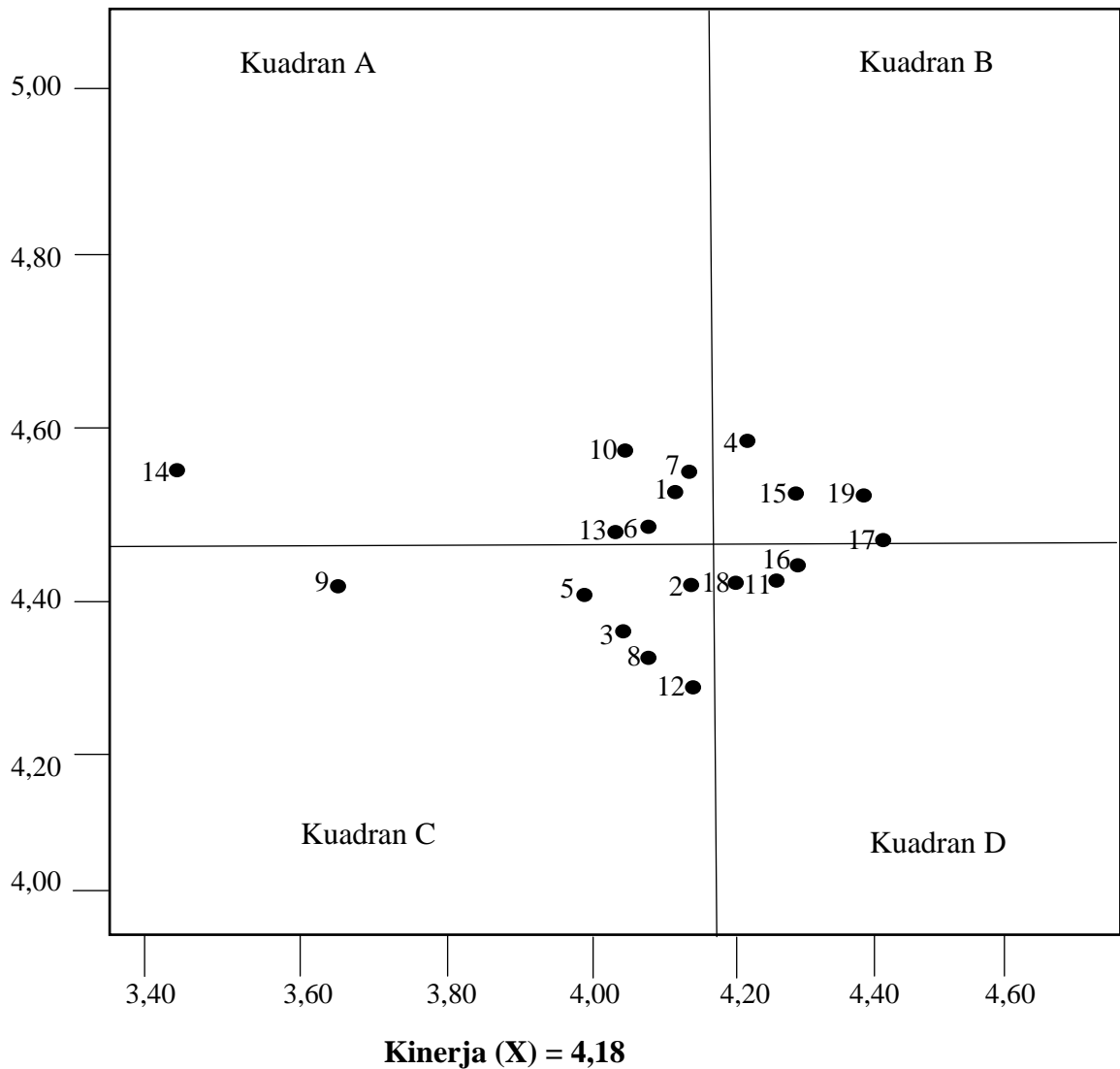
$$X = \frac{\sum_{t=1}^k xi}{k} = \frac{79,59}{19} = 4,18$$

$$Y = \frac{\sum_{t=1}^k yi}{k} = \frac{84,85}{19} = 4,46$$

Setelah melakukan perhitungan dengan rumus tersebut, maka plotkan ke dalam diagram kartesius sebagai berikut.

Gambar IV.2
Hasil Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Kepentingan (Y) = 4,46



Berdasarkan gambar IV.2 di atas, menunjukkan bahwa atribut-atribut yang di nilai berada pada semua kuadran yakni kuadran A (prioritas utama), kuadran B (pertahankan prestasi), kuadran C (prioritas rendah), dan kuadran D (berlebihan).

1) Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A merupakan kuadran yang menunjukkan bahwa atribut pelayanan penting namun kinerja masih kurang sehingga pada kuadran ini disebut kuadran prioritas utama. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran A adalah:

- a) Adanya tempat parkir di depan Aman Swalayan untuk pelanggan (item 1)

Aman Swalayan sebaiknya memperluas lahan parkir untuk memudahkan konsumen yang membawa kendaraan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja Aman Swalayan dan kepuasan konsumen.

- b) Pelayanan karyawan yang cepat (item 6)

Karyawan Aman Swalayan seharusnya lebih cepat dalam melayani konsumen agar konsumen tidak lama menunggu.

- c) Pendaftaran menjadi *member* sangat mudah (item 7)

Untuk mendaftar menjadi *member* Aman Swalayan, sebaiknya syarat-syarat yang diberikan oleh pihak Aman Swalayan tidak banyak agar proses pendaftaran menjadi lebih mudah.

- d) Membantu konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan (item 10)

Artinya, karyawan Aman Swalayan harus membantu konsumen yang kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan dan tidak hanya mengawasi gerak-gerik konsumen saja.

- e) Karyawan Aman Swalayan memiliki pengetahuan yang cukup tentang barang yang di jual (item 13)

Karyawan Aman Swalayan harus memiliki pengetahuan yang luas tentang barang yang dijual dan ketika konsumen bertanya, karyawan harus menjawab dengan baik tanpa menyudutkan konsumen.

f) Pemeriksaan barang secara berkala (item 14)

Karyawan Aman Swalayan harus memeriksa barang yang dijual secara berkala, seperti memeriksa kelengkapan barang, memeriksa kebersihan barang yang dipajang dan lain-lain.

2) Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi, sehingga pada kuadran ini disebut dengan kuadran pertahankan prestasi sesuai dengan strategi yang disiapkan oleh Aman Swalayan. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah:

a) Suhu ruangan yang nyaman (item 4)

Suhu ruangan di dalam Aman Swalayan harus tetap dijaga dan tetap stabil agar konsumen yang berbelanja merasa nyaman.

b) Tidak di taruh barang yang kadaluarsa (item 15)

c) Konsumen merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan Aman Swalayan (item 17)

Karyawan Aman Swalayan harus tetap menjaga bahasa yang digunakan agar konsumen tetap merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan Aman Swalayan.

d) Karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramah dan sopan (item 19)

Sopan santun karyawan harus tetap dipertahankan agar kepuasan konsumen Aman Swalayan tetap terjaga.

3) Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C menunjukkan wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting yang pada kenyataannya biasa saja dan tidak terlalu istimewa.

Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah:

- a) Bangunan Aman Swalayan bagus (item 2)
- b) Aman Swalayan tempatnya bersih (item 3)
- c) Karyawan Aman Swalayan berpenampilan rapi (item 5)
- d) Pembayaran pada kasir akurat (item 8)
- e) Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen (item 9)
- f) Karyawan Aman Swalayan menangani keluhan konsumen dengan baik (item 12)

4) Kuadran D (Berlebihan)

Atribut yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pengunjung, tetapi pada kenyataannya yang diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Pihak Aman Swalayan tidak perlu meningkatkan atribut-atribut yang ada pada kuadran D, karena atribut tersebut dianggap kurang penting oleh konsumen dan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah:

- a) Karyawan Aman Swalayan cepat melayani konsumen yang kesulitan (item 11)
- b) Karyawan Aman Swalayan menjalani hubungan yang baik dengan konsumen (item 16)
- c) Bahasa yang digunakan karyawan Aman Swalayan dalam memberikan informasi mudah dipahami (item 18)

Dari analisis kuadran disimpulkan bahwa atribut-atribut yang memiliki kualitas pelayanan terletak pada kuadran yang berbeda-beda yaitu, kuadran A item 1 berasal dari dimensi *tangibles*, item 6,7 dan 10 berasal dari dimensi *reliability*, item 13 dan 14 berasal dari dimensi *responsiveness*. Pada kuadran B item 4 berasal dari dimensi *tangibles*, item 15 berasal dari dimensi *assurance*, item 17 dan 19 berasal dari dimensi *emphaty*. Pada kuadran C item 2, 3 dan 5 berasal dari dimensi *tangibles*, item 8 dan 9 berasal dari dimensi *reliability*, dan item 12 berasal dari dimensi *assurance*. Pada kuadran D item 11 berasal dari dimensi *responsiveness*, dan item 16 dan 18 berasal dari dimensi *emphaty*.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan yang nilainya tertinggi terdapat pada item 19 yaitu karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramah dan sopan dengan nilai 98,11%. Sedangkan tingkat kesesuaian yang nilainya terendah terdapat pada item 9 yaitu kekurangan pengembalian uang pada konsumen dengan nilai 84,45% dan atribut ini perlu diperhatikan.

Berdasarkan perolehan hasil penelitian tingkat kinerja Aman Swalayan Padangsidimpuan terhadap atribut kualitas pelayanan perlu ditingkatkan lagi. Hal ini didasarkan pada hasil dari *importance performance analysis* (IPA) yang menunjukkan bahwa dari keempat kuadran tersebut, terdapat 6 atribut yang berada pada kuadran A (prioritas utama) dan atribut yang terdapat pada kuadran ini merupakan atribut yang memiliki kinerja yang utama dan dianggap sangat penting oleh para konsumen Aman Swalayan tetapi Aman Swalayan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas.

Pada kuadran B, Aman Swalayan harus mempertahankan atribut-atribut yang ada pada kuadran ini dan terdapat 4 atribut. Karena kuadran B menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen telah dilaksanakan dengan baik oleh pihak Aman Swalayan dan telah membuat konsumen merasa puas.

Pada kuadran C terdapat 6 atribut, dan atribut tersebut dianggap kurang penting bagi konsumen, dan tidak terlalu bermasalah. Pada atribut ini selain tingkat kepentingan yang rendah tingkat kinerjanya juga rendah oleh karena itu perlu dipertimbangkan karena biasa saja dan tidak terlalu istimewa.

Pada kuadran D terdapat 3 atribut, dan atribut tersebut tidak perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting oleh konsumen sedangkan kinerjanya dijalankan dengan sangat baik oleh Aman Swalayan dan membuat konsumen merasa sangat puas, hal ini dianggap berlebihan.

D. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan memengaruhi hasil penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan kemampuan penelitian dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.
2. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat memengaruhi validitas data yang diperoleh.
3. Keterbatasan peneliti pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada sistem informasi manajemen dan kinerja pegawai, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti.
4. Keterbatatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya dapat meneliti di Amann Swalayan Padangsidempuan.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Aman Swalayan dengan metode *Importance Performance Analysis* dapat ditarik kesimpulan berikut ini :

1. Atribut pada dimensi *tangibles* yang terdapat di dalam kuadran A satu atribut yaitu tempat parkir (item 1) harus diperhatikan dan diperbaiki. Atribut yang terdapat pada kuadrnan B harus di pertahankan yaitu suhu diruangan di dalam Aman Swalayan (item 40). Atribut yang terdapat pada kuadran C tidak membutuhkan peningkatan karena tidak bermasalah yaitu bangunan Aman Swalayan bagus (item 2), Aman Swalayan tempatnya bersih (item 3) dan karyawan berpenampilan rapi (item 5) dan tidak terdapat atribut dimensi *tangibles* pada kuadran D.
2. Atribut pada dimensi *reliability* yang terdapat pada kuadran A yaitu pelayanan karyawan yang cepat (item 6), pendaftaran jadi *member* sangat mudah (item 7), dan membantu konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan (item 10) harus diperhatikan dan diperbaiki. Atribut yang terdapat pada kuadran C tidak membutuhkan peningkatan karena tidak bermasalah yaitu pembayaran pada kasir akurat (item 8) dan keakuratan pengembalian uang konsumen (item 9). Tidak terdapat atribut dimensi *reliability* pada kuadran B dan kuadran D.

3. Atribut pada dimensi *responsiveness* yang terdapat kuadran A yaitu karyawan Aman Swalayan memiliki pengetahuan yang cukup tentang barang yang dijual (item 13) dan pemeriksaan barang secara berkala (item 14) harus diperhatikan dan diperbaiki. Atribut pada kuadran D tidak perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting yaitu karyawan Aman Swalayan cepat melayani konsumen yang kesulitan (item 11). Tidak terdapat atribut dimensi *responsiveness* pada kuadran B dan kuadran D.
4. Atribut pada dimensi *assurance* yang terdapat pada kuadran B yaitu tidak ditaruh barang yang kadaluarsa (item 15) harus dipertahankan. Atribut pada kuadran C yaitu karyawan Aman Swalayan menangani keluhan konsumen dengan baik (item 12) tidak perlu ditingkatkan karena tidak bermasalah. Tidak terdapat atribut dimensi *assurance* pada kuadran A dan kuadran D.
5. Atribut pada dimensi *emphaty* yang terdapat pada kuadran B yaitu konsumen merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan Aman Swalayan (item 17) dan karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramh dan sopan (item 19) harus dipertahankan. Atribut pada kuadran D yaitu karyawan Aman Swalayan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen (item 16) dan bahasa yang digunakan karyawan Aman Swalayan dalam memberikan informasi mudah dipahami (item 18) tidak perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting. Tidak terdapat atribut dimensi *emphaty* pada kuadran A dan kuadran C.

F. Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui dimensi *tangibles* Aman Swalayan harus memperluas lahan parkir untuk memudahkan pelanggan yang membawa kendaraan. Mempertahankan suhu ruangan yang nyaman. Atribut tidak membutuhkan peningkatkan karena tidak bermasalah yaitu bangunan Aman Swalayan yang bagus, Aman Swalyan tempatnya bersih dan karyawan Aman Swalayan yang berpenampilan rapi.
2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui *reliability* Aman Swalayan harus meningkatkan pelayanan karyawan harus lebih cepat, pendaftaran menjadi *member* harus dipermudah dan membantu konsumen yang kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan.. Atribut yang tidak membutuhkan peningkatan karena tidak bermasalah yaitu pembayaran pada kasir yang akurat dan pengembalian uang kepada konsumen.
3. Untuk meningkatkann kepuasan konsumen melalui dimensi *responsiveness* karyawan Aman Swalayan harus memiliki pengetahuan yang luas tentang barang yang dijual dan melakukan pemeriksaan barang secara berkala.
4. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui dimensi *assurance* Aman Swalayan harus mempertahankan atribut tidak ditaruh barang yang kadaluarsa. Atribut yang tidak membutuhkan peningkatkan karena tidak bermasalah yaitu menangani keluhan konsumen dengan baik.

5. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui dimensi *emphaty* Aman Swalayan harus mempertahankan atribut konsumen merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan Aman Swalayan dan karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramah dan sopan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*, Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2004.
- Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- _____, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Fandy Tjiptono, Ph.D & Gregorius Chandra, *Service Quality And Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup 2012.
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- _____, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- _____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Kencana, 2005.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta : Lentera Hati, 2002.
- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2009.
- Maman Abdurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Nasution M.N, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.

- Nur Asrawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, UIN-Malik Press: Malang, 2011.
- P Joko Sbagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Philip Kotler & A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas*, Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2008.
- Rangkuti Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Cita Pustaka, 2016.
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sugiyono, *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003.
- Supranto, *Proposal Penelitian dengan Contoh*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT. Indeks, 2011.
- Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002.
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2015.

Sumber Lainnya

[Http://alquranmulia.wordpress.com](http://alquranmulia.wordpress.com), Juli 2019.

[Http://kbbi.web.id/swalayan.html](http://kbbi.web.id/swalayan.html), Desember 2018.

[Https://www.slideshare.net](https://www.slideshare.net), Januari 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Nurlela Napitupulu

Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 14 Februari 1996

Jenis Kelamin : Perempuan

Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl. Sutan Panindoan, Kelurahan Wek 1, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Provinsi Sumatera Utara

No. Handphone : 0852 6280 0161

II. PENDIDIKAN FORMAL

Tahun	Pendidikan
2001 – 2002	: TK Masyithoh Padangsidimpuan
2002 – 2008	: SD N 200109/14 Padangsidimpuan
2008 – 2011	: SMP N 4 Padangsidimpuan
2011 – 2014	: SMA N 2 Padangsidimpuan
2014 – 2020	: Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan

III. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Zulham Napitupulu

Nama Ibu : Ratna Dewi

Alamat : Jl. Sutan Panindoan, Kelurahan Wek 1, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Provinsi Sumatera Utara

Pekerjaan : Wiraswasta



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 460 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/02/2020
 Lampiran : -
 Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

18 Februari 2020

Yth. Bapak/Ibu;

1. Kamaluddin : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II


Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nurlela
 NIM : 1440200120
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik


 Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 460 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/02/2020
 Lampiran : -
 Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

18 Februari 2020

Yth. Bapak/Ibu;

1. Kamaluddin : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nurlela
 NIM : 1440200120
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



Jalan Patrice Lumumba 2 N0.12 PADANGSIDIMPUAN

Padangsidimpuan Agustus 2019

Hal : Balasan
Lampiran : -

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di Tempat

Dengan Hormat

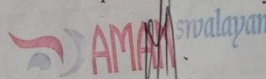
Menindak lanjuti surat yang telah kami terima dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dengan Nomor : 1837/In. 14/G. 1/TL. 00/08/2019 tanggal 21 Agustus 2019 perihal mohon izin riset, maka dengan ini kami nyatakan bahwa :

Nama : Nurlela
Nim : 1440200120
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Diberikan izin untuk melaksanakan riset di Aman Swalayan Padangsidimpuan 27 Agustus sampai selesai dengan judul : **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan”**.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Pimpinan Aman Swalayan



H. Lukman Siregar



Jalan Patrice Lumumba 2 No.12 PADANGSIDIMPUAN

Padangsidimpuan, Oktober 2019

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : H. Lukman Siregar

Jabatan : Pimpinan Aman Swalayan

Menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nurlela

Nim : 1440200120

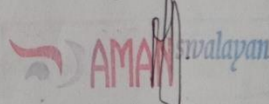
Program studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah selesai melaksanakan riset di Aman Swalayan Padangsidimpuan selama satu bulan terhitung mulai pada tanggal 27 Agustus 2019 sampai 30 september 2019 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidimpuan”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Pimpinan Aman Swalayan



H. Lukman Siregar

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan pengisian angket

Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.

Saudara/I

Di

Tempat

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan maka saya,

Nama : NURLELA

Nim : 14 402 00120

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan saudara/I untuk mengisi daftarpernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang saudara/I berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN AMAN SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan saudara/i meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Aman Swalayan Padangsidempuan.

Yang disusun oleh:

Nama : Nurlela

Nim : 14 402 00120

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

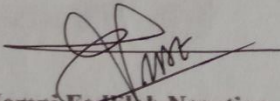
Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-2)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 2019


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

**LEMBAR VALIDASI
TINGKAT KINERJA (KENYATAAN YANG DITERIMA KONSUMEN)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek-aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak valid) pada tiap butiran soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Dimensi	No. Soal	V	VR	TV
Bukti fisik (<i>tangibel</i>)	1, 2, 3, 4, dan 5			
Kehandalan (<i>reliability</i>)	6, 7, 8, 9, dan 10			
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	11 dan 12			
Jaminan (<i>assurance</i>)	13, 14, dan 15			
Perhatian (<i>empathy</i>)	16, 17, 18, dan 19			

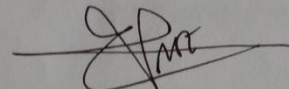
Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 2019
Validator



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI
Tingkat Kepentingan (harapan konsumen)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek-aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak valid) pada tiap butiran soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Dimensi	No. Soal	V	VR	TV
Bukti fisik (<i>tangibel</i>)	1, 2, 3, 4, dan 5			
Kehandalan (<i>reliability</i>)	6, 7, 8, 9, dan 10			
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	11 dan 12			
Jaminan (<i>assurance</i>)	13, 14, dan 15			
Perhatian (<i>empathy</i>)	16, 17, 18, dan 19			

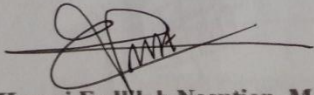
Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 2019
Validator


Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Lampiran 2

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr. Responden

di Tempat

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban bapak/ibu tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap pekerjaan ibu saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas pelayanan Aman Swalayan Padangsidempuan.

I. Identitas Responden

Saya mohon kesediaan saudara/I untuk menjawab daftar pernyataan ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Nama :

JenisKelamin : Laki-laki Perempuan

Umur :

Pekerjaan :

No. Handphone :

II. Petunjuk Pengisian

Adapun cara pengisian jawaban pernyataan-pernyataan di bawah ini yaitu:

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.

2. Isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.
4. Jawaban yang diberikan oleh responden akan dinilai berdasarkan ketentuan yang berlaku pada penelitian ini.

A. Pengukuran Tingkat Kepentingan (harapan konsumen)

Berikantanda centang (√) pada setiap jawaban bapak/ibu

Catatan:

Sangat Penting (SP) = 5

Penting (P) = 4

Kurang Penting (KP) = 3

Tidak Penting (TP) = 2

SangatTidak Penting (STP) = 1

DIMENSI	ATRIBUT	SP	P	KP	TP	STP
Bukti fisik (<i>tangible</i>)	n. Adanya tempat parkir di depan Aman Swalayan untuk pelanggan					
	o. Menurut saya bangunan swalayan bagus					
	p. Aman Swalayan tempatnya bersih					
	q. Suhu ruangan yang nyaman					
	r. Karyawan Aman Swalayan berpenampilan rapi					
Kehandalan (<i>reliability</i>)	s. Pelayanan karyawan yang cepat					
	t. Pendaftaran menjadi member sangat mudah					
	u. Pembayaran pada kasir akurat					
	v. Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen					
	w. Membantu konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan					
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	x. Karyawan Aman Swalayan cepat melayani konsumen yang kesulitan					
	y. Karyawan Aman Swalayan menangani keluhan konsumen dengan baik					
Jaminan (<i>assurance</i>)	z. Karyawan Aman Swalayan memiliki pengetahuan yang cukup tentang barang yang dijual					
	aa. Pemeriksaan barang secara berkala					
	bb. Tidak ditaruh barang yang kadaluarsa					
Perhatian (<i>empathy</i>)	cc. Saya merasa karyawan Aman Swalayan menjalani hubungan yang baik dengan					

	konsumen					
	dd. Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan karyawan Aman Swalayan					
	ee. Bahasa yang digunakan karyawan Aman Swalayan dalam memberikan informasi mudah dipahami					
	ff. Karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramah dan sopan					

B. Pengukuran Tingkat Kinerja (kenyataan yang diterima konsumen)

Berikan tanda centang (√) pada setiap jawaban bapak/ibu

Catatan:

Sangat Puas (SP) = 5

Puas (P) = 4

Kurang Puas (KP) = 3

Tidak Puas (TP) = 2

SangatTidak Puas (STP) = 1

DIMENSI	ATRIBUT	SP	P	KP	TP	STP
Bukti fisik (<i>tangibel</i>)	1. Adanya tempat parkir di depan Aman Swalayan untuk pelanggan					
	2. Menurut saya bangunan swalayan bagus					
	3. Aman Swalayan tempatnya bersih					
	4. Suhu ruangan yang nyaman					
	5. Karyawan Aman Swalayan berpenampilan rapi					
Kehandalan (<i>reliability</i>)	6. Pelayanan karyawan yang cepat					
	7. Pendaftaran menjadi member sangat mudah					
	8. Pembayaran pada kasir akurat					
	9. Keakuratan pengembalian uang kepada konsumen					
	10. Membantu konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan					
Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	11. Karyawan Aman Swalayan cepat melayani konsumen yang kesulitan					
	12. Karyawan Aman Swalayan menangani keluhan konsumen dengan baik					
Jaminan (<i>assurance</i>)	13. Karyawan Aman Swalayan memiliki pengetahuan yang cukup tentang barang yang dijual					
	14. Pemeriksaan barang secara berkala					
	15. Tidak ditaruh barang yang kadaluarsa					
Perhatian (<i>empathy</i>)	16. Saya merasa karyawan Aman Swalayan menjalani hubungan yang baik dengan konsumen					
	17. Saya merasa nyaman berkomunikasi					

	dengan karyawan Aman Swalayan					
	18. Bahasa yang digunakan karyawan Aman Swalayan dalam memberikan informasi mudah dipahami					
	19. Karyawan Aman Swalayan melayani dengan ramah dan sopan					

Padangsidempuan,.....2019

Responden

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat Signifikansi untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323

DOKUMENTASI

Dokumentasi dengan ibu Yusrida pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Nispi pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Sri Wahyuni pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Nuraini pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Hana pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Linda pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Septi pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Ainun pada tanggal 27 Agustus 2019



Dokumentasi dengan ibu Rina pada tanggal 27 Agustus 2019

