

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Analisis *Retail Service Quality* Pada Perusahaan Asia Toserba Tasikmalaya”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah *service quality* pada perusahaan Asia toserba Tasikmalaya yang dilihat dari beberapa aspek yaitu aspek fisik (*physical aspects*), *reability*, *personal interaction*, *problem solving*, dan *policy*.

Untuk menganalisa *retail service quality* pada perusahaan Asia toserba Tasikmalaya ini, penulis mengadakan penelitian dengan metode survei dimana dalam mengumpulkan sampel penulis menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik sampling acak sederhana (*simple random sampling*) dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden yang pernah mengunjungi Asia toserba dikota Tasikmalaya. Hasil tanggapan responden tersebut dikumpulkan, diolah, dan dihitung berdasarkan pada jawaban-jawaban dari setiap responden untuk setiap pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada sejumlah responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan Asia toserba Tasikmalaya memberikan pandangan yang positif terhadap kinerja atas kualitas layanan yang diberikan oleh Asia toserba Tasikmalaya. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah pernyataan dimana dari 28 pernyataan yang diajukan 24 diantaranya atau sebesar 85% pelanggan Asia toserba Tasikmalaya menyatakan puas dan hanya 15% pernyataan saja yang dianggap belum dapat memuaskan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Asia toserba Tasikmalaya sebagian besar sudah dapat memenuhi harapan pelanggannya. Namun memang masih ada sebagian kecil pernyataan yang belum dapat memenuhi harapan pelanggan yang disebabkan oleh keterbatasan-keterbatasan dari pihak Asia toserba Tasikmalaya.

Penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang masih ada dalam perusahaan agar kinerja kualitas layanan perusahaan Asia toserba Tasikmalaya ini lebih baik dimasa mendatang, selain itu isi pesan yang penulis ingin sampaikan agar Asia toserba Tasikmalaya juga mempertimbangkan dan memahami perubahan-perubahan gaya hidup masyarakat kota Tasikmalaya agar setiap kebutuhan dari masyarakat kota Tasikmalaya pada umumnya dapat terpenuhi di Asia toserba Tasikmalaya. Disamping itu pesan mengenai informasi-informasi mengenai apa yang terdapat di Asia toserba Tasikmalaya hendaknya diberitakan melalui media massa guna meningkatkan jumlah pelanggan dan tentunya diharapkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Retail Service Quality, Physical Aspects, Responsibility, Personal Interaction, Problem Solving, Policy.*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kontribusi Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Rerangka Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.4 Jasa	14
2.4.1 Pengertian Jasa	14

2.4.2 Karakteristik Jasa	15
2.4.3 Klasifikasi jasa	16
2.4.4 Bauran Jasa	16
2.4.5 Kualitas Jasa	17
2.4.6 Model Kualitas Jasa	21
2.5 Retail Service	23
2.5.1 Aspek Fisik (Physical Aspects)	24
2.5.1.1 Eksterior	26
2.5.1.2 Atmosfer (<i>Ambience</i>)	27
2.5.1.3 Lay-out	27
2.5.1.4 Penyajian <i>Merchandise</i>	28
2.5.2 Realibility	29
2.5.3 Responsiveness	32
2.5.4 Problem Solving	36
2.5.5 Policy	38
2.5.5.1 Kebijakan Produk	39
2.5.5.2 Kebijakan Harga	40
2.5.5.3 Kebijakan Penyaluran	41
2.5.5.4 Kebijakan Promosi	42
2.6 Nilai Pelanggan	43
2.7 Ekspetasi Pelanggan	44

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	44
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	47
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	49
3.2 Metodologi Penelitian	52
3.2.1 Desain Penelitian	52
3.2.2 Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel	53
3.2.3 Populasi dan Sampel	55
3.2.3.1 Metode Pengambilan Sampel	55
3.2.3.2 Jumlah Sampel	56
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	56
3.2.5 Validitas dan Reliabilitas	57
3.2.5.1 Uji Validitas	57
3.2.5.2 Uji Reliabilitas	59

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Physical Aspects	61
4.2 Reliability	66
4.3 Personal Interaction	70
4.4 Problem Solving	78
4.5 Policy	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran	7
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Asia Toserba	50

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 2.1	Model Pemberdayaan Karyawan	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 4.1	Peralatan dan Perlengkapan	61
Tabel 4.2	Fasilitas Fisik	62
Tabel 4.3	Bahan-bahan Layanan	62
Tabel 4.4	Ruang Publik	63
Tabel 4.5	Layout Produk	64
Tabel 4.6	Layout Tempat	65
Tabel 4.7	Accuracy Promise	66
Tabel 4.8	Service Accuracy	67
Tabel 4.9	Ketepatan Layanan	68
Tabel 4.10	Ketepatan Produk	69
Tabel 4.11	Kesalahan Transaksi	69
Tabel 4.12	Pengetahuan Karyawan	71
Tabel 4.13	Perilaku Karyawan	72
Tabel 4.14	Keamanan Bertransaksi	72
Tabel 4.15	Kecepatan Layanan	73
Tabel 4.16	Waktu Layanan	74
Tabel 4.17	Respon Layanan	75

Tabel 4.18	Perhatian	76
Tabel 4.19	Kesopanan	77
Tabel 4.20	Layanan Telepon	77
Tabel 4.21	Retur dan Penukaran	79
Tabel 4.22	Penyelesaian Masalah	79
Tabel 4.23	Penanganan Komplain	80
Tabel 4.24	Kualitas Produk	81
Tabel 4.25	Sarana Parkir	82
Tabel 4.26	Jam Operasi	83
Tabel 4.27	Kartu Kredit Utama	84
Tabel 4.28	Kartu Kredit Sendiri	84