

KUESIONER PENDAHULUAN

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr/i Responden konsumen *Hypermart*

Kuesioner ini dibagikan kepada Anda sebagai kuesioner awal untuk mengetahui atribut apa saja yang mempengaruhi Anda dalam berbelanja di Hypermart serta untuk mengetahui *tempat retail* mana yang sering anda kunjungi.

BERIKAN TANDA CHECKLIST (✓) PADA ATRIBUT YANG PENTING DALAM BERBELANJA DI HYPERMART (BOLEH LEBIH DARI SATU JAWABAN).

<input type="checkbox"/>	Ketersediaan produk
<input type="checkbox"/>	Kelengkapan variasi produk
<input type="checkbox"/>	Jaminan kehalalan produk makanan
<input type="checkbox"/>	Kesegaran produk makanan (mis: daging, buah-buahan)
<input type="checkbox"/>	Produk tidak kadaluarsa
<input type="checkbox"/>	Kemasan atau segel produk baik (tidak cacat)
<input type="checkbox"/>	Adanya layanan antar produk (khususnya produk berukuran besar)
<input type="checkbox"/>	Harga murah
<input type="checkbox"/>	Pemberian harga sesuai dengan yang diiklankan
<input type="checkbox"/>	Lokasi Hypermart strategis sehingga mudah dilihat pelanggan
<input type="checkbox"/>	Adanya petunjuk untuk menuju lokasi Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)
<input type="checkbox"/>	Lokasi Hypermart dilalui banyak rute kendaraan umum
<input type="checkbox"/>	Kejelasan gambar produk di brosur
<input type="checkbox"/>	Kejelasan daftar harga di rak
<input type="checkbox"/>	Adanya discount
<input type="checkbox"/>	Adanya program harga khusus (mis : buy 2 get 1 free)
<input type="checkbox"/>	Adanya promosi melalui media cetak (koran, majalah)
<input type="checkbox"/>	Adanya promosi melalui media elektronik (televisi, radio, internet)
<input type="checkbox"/>	Ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi
<input type="checkbox"/>	Promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produk
<input type="checkbox"/>	Pengetahuan karyawan (mis: tentang produk, lokasi produk)
<input type="checkbox"/>	Karyawan selalu ada untuk membantu pelanggan
<input type="checkbox"/>	Karyawan murah senyum
<input type="checkbox"/>	Karyawan dapat dipercaya (jujur)
<input type="checkbox"/>	Karyawan ramah
<input type="checkbox"/>	Karyawan sopan
<input type="checkbox"/>	Kerapihan dalam berpakaian seragam
<input type="checkbox"/>	Kejelasan papan nama atau logo tempat Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)
<input type="checkbox"/>	Luas gang-gang Hypermarket luas
<input type="checkbox"/>	Kebersihan
<input type="checkbox"/>	Penyajian produk yang rapih

Penyajian produk yang menarik
Perlengkapan keranjang berfungsi dengan baik
Perlengkapan troli berfungsi dengan baik
Adanya petunjuk lokasi produk
Tempat Hypermarket diiringi lagu
Kesejukan ruangan
Tempat parkir luas
Adanya fasilitas ATM
Adanya komputer pengecek harga
Adanya tempat penitipan barang
Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani pelanggan
Karyawan ikut mengantar barang hingga tempat parkir
Jam operasi Hypermart
Transaksi bebas dari kesalahan
Proses pembayaran di kasir cepat

Lain-lain :

- Tempat retail mana yang sering Anda kunjungi?
 Hypermart Giant Carefour Yogya
- Alasan utama Anda berbelanja di Hypermart : (jawaban boleh lebih dari 1)
 pelayanan baik harga murah dekat rumah tempatnya bersih
 kemudahan tempat parkir Lain-lain.....
- Status Anda (konsumen) saat ini sebagai:
 Pelanggan tetap Pelanggan tidak tetap/hanya mencoba-coba
- Anda bertempat tinggal di daerah:
 Bandung utara Bandung selatan Bandung barat
 Bandung timur Luar Bandung :
- Jenis kelamin Anda:... Pria Wanita
- Usia Anda Saat ini:
 <17 tahun 18-25 tahun 26-40 tahun >40 tahun
- Pekerjaan Anda saat ini:
 Pelajar/Mahasiswa Pegawai swasta Lain-lain.....
 Pegawai Negeri Wiraswasta
- Penghasilan Anda saat ini:
 < 1 juta 1 juta- 4 juta 4 juta- 9 juta > 9 juta.

TERIMA KASIH atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini –

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/i Responden yang pernah berbelanja di Hypermart.

Dalam rangka penyusunan Tugas Akhir pada jurusan Teknik Industri di Universitas Kristen Maranatha Bandung, dengan judul "*Analisis Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Hypermart Bandung Indah Plaza)*", kepada Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian ini sebagai bahan untuk kepentingan penelitian.

Akhir kata, saya ucapkan Terima Kasih atas bantuan, kerjasama, dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam meluangkan waktu untuk membaca dan mengisi kuesioner ini.

Jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i dijamin kerahasiaannya.

Hormat Saya,

Benjamin Isjwara Gunawan

Bagian I

DATA RESPONDEN

- Tempat retail mana yang sering Anda kunjungi?
 Hypermart Giant Carefour Yogya
- Alasan utama Anda berbelanja di Hypermart : (jawaban boleh lebih dari 1)
 pelayanan baik harga murah dekat rumah tempatnya bersih
 kemudahan tempat parkir Lain-lain.....
- Status Anda (konsumen) saat ini sebagai:
 Pelanggan tetap Pelanggan tidak tetap/hanya mencoba-coba
- Anda bertempat tinggal di daerah:
 Bandung utara Bandung selatan Bandung barat
 Bandung timur Luar Bandung :
- Jenis kelamin Anda... Pria Wanita
- Usia Anda Saat ini:
 <17 tahun 18-25 tahun 26-40 tahun >40 tahun
- Pekerjaan Anda saat ini:
 Pelajar/Mahasiswa Pegawai swasta Lain-lain.....
 Pegawai Negeri Wiraswasta
- Penghasilan Anda saat ini:
 < 1 juta 1 juta- 4 juta 4 juta- 9 juta > 9 juta.

TERIMA KASIH atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini –

Keterangan : STPu : Sangat tidak puas STP : Sangat tidak penting
 TPu : Tidak puas Tp : Tidak penting
 Pu : Puas P : Penting
 SPu : Sangat puas SP : Sangat penting

Beri tanda (V) pada jawaban yang anda anggap benar.

Persepsi				Pertanyaan	Jawaban			
STPu	TPu	Pu	SPu		STP	TP	P	SP
				Adanya discount				
				Adanya fasilitas ATM				
				Adanya komputer pengecek harga				
				Adanya layanan antar produk (khususnya produk berukuran besar)				
				Adanya petunjuk lokasi produk				
				Adanya petunjuk untuk menuju lokasi Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)				
				Adanya program harga khusus (mis : buy 2 get 1 free)				
				Adanya promosi melalui media cetak (koran, majalah)				
				Adanya promosi melalui media elektronik (televisi, radio, internet)				
				Adanya tempat penitipan barang				
				Harga murah				
				Jam operasi Hypermart				
				Jaminan kehalalan produk makanan				
				Karyawan dapat dipercaya (jujur)				
				Karyawan ikut mengantar barang hingga tempat parkir				
				Karyawan murah senyum				
				Karyawan ramah				
				Karyawan selalu ada untuk membantu pelanggan				
				Karyawan sopan				
				Kebersihan				
				Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani pelanggan				
				Kejelasan daftar harga di rak				
				Kejelasan gambar produk di brosur				
				Kejelasan papan nama atau logo tempat Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)				
				Kelengkapan variasi produk				
				Kemasan atau segel produk baik (tidak cacat)				
				Kerapihan dalam berpakaian seragam				
				Kesegaran produk makanan (mis: daging, buah-buahan)				
				Kesejukan ruangan				
				Ketersediaan produk				
				Ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi				
				Lokasi Hypermart dilalui banyak rute kendaraan umum				
				Lokasi Hypermart strategis sehingga mudah dilihat pelanggan				
				Luas gang-gang Hypermarket luas				
				Pemberian harga sesuai dengan yang diiklankan				
				Pengetahuan karyawan (mis: tentang produk, lokasi produk)				
				Penyajian produk yang menarik				
				Penyajian produk yang rapih				
				Perlengkapan keranjang berfungsi dengan baik				
				Perlengkapan troli berfungsi dengan baik				
				Produk tidak kadaluarsa				
				Promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produk				
				Proses pembayaran di kasir cepat				
				Tempat Hypermarket diiringi lagu				
				Tempat parkir luas				
				Transaksi bebas dari kesalahan				

Atribut yang diuji	Jawaban	
	Ya	Tidak
Ketersediaan produk	25	5
Kelengkapan variasi produk	24	6
Jaminan kehalalan produk makanan	25	5
Kesegaran produk makanan (mis: daging, buah-buahan)	30	0
Produk tidak kadaluarsa	30	0
Kemasan atau segel produk baik (tidak cacat)	27	3
Adanya layanan antar produk (khususnya produk berukuran besar)	24	6
Harga murah	30	0
Pemberian harga sesuai dengan yang diiklankan	24	6
Lokasi Hypermart strategis sehingga mudah dilihat pelanggan	24	6
Adanya petunjuk untuk menuju lokasi Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)	23	7
Lokasi Hypermart dilalui banyak rute kendaraan umum	23	7
Kejelasan gambar produk di brosur	24	6
Kejelasan daftar harga di rak	26	4
Adanya discount	27	3
Adanya program harga khusus (mis : buy 2 get 1 free)	25	5
Adanya promosi melalui media cetak (koran, majalah)	23	7
Adanya promosi melalui media elektronik (televisi, radio, internet)	24	6
Ketersediaan produk yang tercantum dalam program promosi	25	5
Promosi produk ditampilkan jelas di tempat pengambilan hadiah dan di rak produk	26	4
Pengetahuan karyawan (mis: tentang produk, lokasi produk)	27	3
Karyawan selalu ada untuk membantu pelanggan	27	3
Karyawan murah senyum	25	5
Karyawan dapat dipercaya (jujur)	27	3
Karyawan ramah	24	6
Karyawan sopan	24	6
Kerapihan dalam berpakaian seragam	26	4
Kejelasan papan nama atau logo tempat Hypermart di BIP (Bandung Indah Plaza)	22	8
Luas gang-gang Hypermart luas	24	6
Kebersihan	30	0
Penyajian produk yang rapih	24	6
Penyajian produk yang menarik	26	4
Perlengkapan keranjang berfungsi dengan baik	26	4
Perlengkapan troli berfungsi dengan baik	26	4
Adanya petunjuk lokasi produk	28	2
Tempat Hypermart diiringi lagu	25	5
Kesejukan ruangan	24	6
Tempat parkir luas	27	3
Adanya fasilitas ATM	24	6
Adanya komputer pengecek harga	25	5
Adanya tempat penitipan barang	24	6
Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani pelanggan	24	6
Karyawan ikut mengantar barang hingga tempat parkir	25	5
Jam operasi Hypermart	24	6
Transaksi bebas dari kesalahan	30	0
Proses pembayaran di kasir cepat	29	1

Pengujian I :

Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban Ya yang sama

H_1 : Semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban Ya yang berbeda

Taraf nyata : $\alpha = 0.05$

Stastistik Uji : Cochran Q Test

$$R = 30$$

$$C = 46$$

$$\sum_{i=1}^{30} R_i = 1176$$

$$\sum_{i=1}^{46} C_i = 1176$$

$$\sum_{i=1}^{30} R_i^2 = 46602$$

$$\sum_{i=1}^{46} C_i^2 = 30266$$

Dimana :

k : Jumlah atribut pertanyaan

C_j : Kolom (atribut)

R_j : Baris (responden)

$$Q = \frac{\left[k(k-1) \sum_i^k C_j^2 \right] - \left[(k-1) \left(\sum_i^k C_j \right)^2 \right]}{k \sum_i^n R_i - \sum_i^n R_i^2}$$
$$Q = \frac{[46(46-1)30266] - [(46-1)(1176)^2]}{(46 * 1176) - 46602} = 55.61$$

Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05 \quad v = k - 1 = 46 - 1 = 45$$

$$\frac{45 - 40}{50 - 40} = \frac{x - 55.76}{67.5 - 55.76}$$

$$x = 61.63$$

$$Q_{(\alpha, v)} = 61.63$$

$$Q_{(\alpha, v)} > Q$$

Keputusan : terima H_0

Kesimpulan : bahwa ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00001	154.0200	106.0332	.7952	.9318
VAR00002	154.2067	111.6550	.2876	.9362
VAR00003	153.9200	106.4231	.8248	.9318
VAR00004	153.6800	110.9573	.5276	.9344
VAR00005	153.6933	111.0731	.4914	.9346
VAR00006	154.3533	110.7938	.4862	.9346
VAR00007	154.0467	106.2998	.7322	.9323
VAR00008	153.6667	112.9888	.2304	.9362
VAR00009	153.9333	106.1566	.8227	.9317
VAR00010	154.2267	111.1429	.3225	.9359
VAR00011	154.2067	108.7557	.6050	.9336
VAR00012	154.2333	108.3949	.6580	.9332
VAR00013	154.3000	111.0973	.3519	.9356
VAR00014	154.2667	108.0761	.6320	.9333
VAR00015	153.5800	113.4936	.3380	.9356
VAR00016	153.9267	106.9946	.7632	.9323
VAR00017	154.2533	112.4320	.2024	.9370
VAR00018	154.2533	111.5864	.2882	.9362
VAR00019	154.3800	110.6264	.4704	.9347
VAR00020	154.1000	112.3322	.2172	.9368
VAR00021	154.1200	109.6634	.4354	.9350
VAR00022	154.0533	112.0106	.2530	.9364
VAR00023	154.5133	113.6609	.3659	.9357
VAR00024	154.0867	105.7441	.8717	.9313
VAR00025	154.3733	111.6583	.3207	.9358
VAR00026	154.4133	112.6334	.2617	.9360
VAR00027	154.3800	110.5056	.4843	.9346
VAR00028	154.3600	112.5541	.2496	.9362
VAR00029	154.0933	105.5349	.8697	.9312
VAR00030	154.1000	110.2248	.3833	.9355
VAR00031	154.2667	108.4922	.6088	.9335
VAR00032	154.2800	112.5922	.1873	.9371
VAR00033	154.2333	108.7975	.5605	.9339
VAR00034	154.2067	108.4201	.5854	.9337
VAR00035	154.3600	110.9434	.4749	.9347
VAR00036	154.3733	110.4637	.4640	.9347
VAR00037	154.0667	106.2371	.8192	.9317
VAR00038	153.8067	110.9624	.3438	.9357
VAR00039	153.6333	112.7304	.2627	.9360
VAR00040	153.7200	111.7466	.3041	.9359
VAR00041	154.2733	107.4080	.6653	.9330

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA
A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00042	154.2867	108.8770	.5489	.9340
VAR00043	154.3133	108.1495	.5879	.9337
VAR00044	154.5067	113.5134	.3654	.9356
VAR00045	153.5800	113.4936	.3380	.9356
VAR00046	153.6533	113.0871	.2039	.9364

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0

N of Items = 46

Alpha = .9359

Variabel	Total	Variabel	Total
1	532	24	434
2	537	25	411
3	502	26	431
4	509	27	449
5	511	28	450
6	500	29	483
7	452	30	468
8	447	31	474
9	453	32	455
10	498	33	354
11	455	34	347
12	504	35	450
13	451	36	449
14	358	37	431
15	445	38	369
16	354	39	500
17	450	40	452
18	390	41	450
19	366	42	352
20	345	43	351
21	357	44	454
22	355	45	474
23	451	46	353

< 225	sangat tidak puas
225 - 375	tidak puas
376 - 525	puas
> 525	sangat puas

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,99	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

NILAI KRITIK SEBARAN KHI-KUADRAT

v	α							
	0,995	0,99	0,975	0,95	0,05	0,025	0,01	0,005
1	0,0 ⁴ 393	0,0 ³ 157	0,0 ³ 982	0,0 ² 393	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,0100	0,0201	0,0506	0,103	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,0717	0,115	0,216	0,352	7,815	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	11,070	12,832	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,646	2,180	2,733	15,507	17,535	20,09	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	21,026	23,337	26,217	28,300
13	3,565	4,107	5,009	5,892	22,362	24,736	27,688	29,819
14	4,075	4,660	5,629	6,571	23,685	26,119	29,141	31,319
15	4,601	5,229	6,262	7,261	24,996	27,488	30,578	32,801
16	5,142	5,812	6,908	7,962	26,296	28,845	32,000	34,267
17	5,697	6,408	7,564	8,672	27,587	30,191	33,409	35,718
18	6,265	7,015	8,231	9,390	28,869	31,526	34,805	37,156
19	6,844	7,633	8,907	10,117	30,144	32,852	36,191	38,582
20	7,434	8,260	9,591	10,851	31,410	34,170	37,566	39,997
21	8,034	8,897	10,283	11,591	32,671	35,479	38,932	41,401
22	8,643	9,542	10,982	12,338	33,924	36,781	40,289	42,796
23	9,260	10,196	11,689	13,091	35,172	38,076	41,638	44,181
24	9,886	10,856	12,401	13,848	36,415	39,364	42,980	45,558
25	10,520	11,524	13,120	14,611	37,652	40,646	44,314	46,928
26	11,160	12,198	13,844	15,379	38,885	41,923	45,642	48,290
27	11,808	12,879	14,573	16,151	40,113	43,194	46,963	49,645
28	12,461	13,565	15,308	16,928	41,337	44,461	48,278	50,993
29	13,121	14,256	16,047	17,708	42,557	45,722	49,588	52,336
30	13,787	14,953	16,791	18,493	43,773	46,979	50,892	53,672