

## ABSTRAK

### ANALISIS PENINGKATAN PERSEPSI KUALITAS TOSERBA GRIYA SETIABUDHI DIBANDINGKAN DENGAN PESAINGNYA

Toko ritel yang berkonsep pasar modern sudah banyak di kota Bandung. Toko-toko ritel ini menjual kebutuhan sehari-hari, seperti peralatan mandi, sembako, dan lain-lain. Pihak Toserba GRIYA Setiabudhi ingin meningkatkan kualitas yang mereka miliki agar dapat memuaskan para konsumen, sehingga diharapkan para konsumen tidak beralih ke pesaing, bahkan dapat menarik konsumen dari pesaingnya. Ada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu *supermarket*, mulai dari hal yang umum hingga hal yang lebih spesifik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap Toserba GRIYA Setiabudhi, mengetahui posisi Toserba GRIYA jika dibandingkan dengan pesaingnya, dan memberikan usulan yang dapat digunakan Toserba GRIYA untuk meningkatkan kualitasnya.

Berdasarkan penelitian pendahuluan terhadap 30 responden diketahui bahwa Toserba GRIYA berada di peringkat 2 *Top of Mind* dengan persentase 33.33%, dan *supermarket* yang sering disebutkan oleh responden dengan persentase 32.76%.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Perceive Quality*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi 38 pernyataan kepada 107 responden. Berdasarkan uji validitas dengan nilai  $r$  kritis sebesar 0.19, dinyatakan 9 variabel tidak layak. Dari uji kepuasan, dengan  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $Z_{\text{tabel}} = 1.645$ , diperoleh 25 pernyataan yang tidak memuaskan konsumen. Hasil *Importance Performance Analysis* 4 menunjukkan terdapat 22 pernyataan yang berada di atas nilai rata-rata kepentingan. Dari uji ANOVA, dengan nilai  $\alpha = 5\%$ ;  $df_1 = 2$ ;  $df_2 = 318$ ;  $F_{\text{tabel}} = 3.01$ , diperoleh 17 pernyataan yang menunjukkan perbedaan antara Toserba GRIYA Setiabudhi dengan pesaingnya. Pengujian Duncan dilakukan untuk Toserba GRIYA di posisi 1, posisi 2, dan posisi 3 dengan nilai  $\alpha = 5\%$ ;  $r_2 = 2.772$ ;  $r_3 = 2.918$ . Hasil *Importance Performance Analysis* 6 menunjukkan Toserba GRIYA tertinggal dari pesaing terhadap 9 pernyataan, bersaing terhadap 19 pernyataan, dan unggul terhadap 1 pernyataan.

Berdasarkan prioritas perbaikan, ditentukan target yang perlu dicapai oleh Toserba GRIYA untuk meningkatkan persepsi kualitas perusahaan oleh konsumen, yaitu menyaingi kompetitor, menyamai harapan, unggul dari kompetitor, mendekati harapan, dan mempertahankan kinerja. Dari target-target ini, maka dibuat beberapa usulan yang diharapkan dapat meningkatkan persepsi kualitas terhadap Toserba GRIYA.

## DAFTAR ISI

|                                                     |      |
|-----------------------------------------------------|------|
| ABSTRAK .....                                       | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                | v    |
| DAFTAR ISI .....                                    | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                                  | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                | xiii |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                             | 1-1  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                    | 1-1  |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                       | 1-2  |
| 1.3 Pembatasan Masalah.....                         | 1-5  |
| 1.4 Perumusan Masalah .....                         | 1-5  |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                         | 1-5  |
| 1.6 Sistematika Penulisan .....                     | 1-6  |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....                         | 2-1  |
| 2.1 Definisi <i>Perceive Quality</i> .....          | 2-1  |
| 2.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....  | 2-2  |
| 2.3 Dimensi Kualitas Jasa.....                      | 2-4  |
| 2.4 Teknik Sampling .....                           | 2-4  |
| 2.5 Perhitungan Jumlah Sampel.....                  | 2-6  |
| 2.6 Teknik Pengumpulan Data.....                    | 2-7  |
| 2.7 Skala Pengukuran .....                          | 2-9  |
| 2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....            | 2-10 |
| 2.9 Uji Kepuasan .....                              | 2-12 |
| 2.10 <i>Importance Performance Analysis 4</i> ..... | 2-13 |
| 2.11 <i>Importance Performance Analysis 6</i> ..... | 2-14 |
| 2.12 Uji ANOVA .....                                | 2-15 |
| 2.13 Uji Duncan .....                               | 2-15 |

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....     | 3-1  |
| 3.1 Penelitian Pendahuluan.....       | 3-1  |
| 3.2 Identifikasi Masalah.....         | 3-4  |
| 3.3 Studi Pustaka .....               | 3-4  |
| 3.4 Penyusunan Kuesioner .....        | 3-4  |
| 3.5 Validasi Konstruk .....           | 3-5  |
| 3.6 Penentuan Sampel.....             | 3-8  |
| 3.7 Penyebaran Kuesioner .....        | 3-9  |
| 3.8 Uji Validasi .....                | 3-9  |
| 3.9 Uji Reliabilitas.....             | 3-9  |
| 3.10 Pengolahan Data.....             | 3-9  |
| 3.11 Analisis .....                   | 3-12 |
| 3.12 Kesimpulan dan Saran .....       | 3-13 |
| BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....           | 4-1  |
| 4.1 Data Umum Perusahaan.....         | 4-1  |
| 4.1.1 Struktur Organisasi .....       | 4-1  |
| 4.1.2 <i>Job Description</i> .....    | 4-2  |
| 4.2 Kuesioner Pendahuluan .....       | 4-5  |
| 4.3 Pengumpulan Data Penelitian ..... | 4-5  |
| 4.3.1 Kuesioner Penelitian .....      | 4-5  |
| 4.3.2 Penentuan Teknik Sampling.....  | 4-5  |
| 4.3.3 Penyebaran Kuesioner.....       | 4-6  |

|                                                         |      |
|---------------------------------------------------------|------|
| BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS .....                | 5-1  |
| 5.1 Uji Validasi Konstruk .....                         | 5-1  |
| 5.2 Pengolahan Data Awal.....                           | 5-5  |
| 5.2.1 Uji validitas .....                               | 5-5  |
| 5.2.1.1 Uji Validitas I .....                           | 5-5  |
| 5.2.1.1 Uji Validitas II .....                          | 5-8  |
| 5.2.2 Uji Reliabilitas.....                             | 5-11 |
| 5.3 Uji Kepuasan .....                                  | 5-12 |
| 5.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4..... | 5-19 |
| 5.5 <i>Analysis Of Variance</i> (ANOVA).....            | 5-23 |
| 5.6 Uji Duncan .....                                    | 5-27 |
| 5.7 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6..... | 5-33 |
| 5.8 Prioritas Perbaikan.....                            | 5-33 |
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....                        | 6-1  |
| 6.1 Kesimpulan .....                                    | 6-1  |
| 6.2 Saran .....                                         | 6-6  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                    | xiv  |
| LAMPIRAN                                                |      |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b> | <b>Judul</b>                                                                      | <b>Halaman</b> |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1.1          | <i>Top Of Mind (Supermarket)</i>                                                  | 1-2            |
| 1.2          | <i>Brand Recall (Supermarket)</i>                                                 | 1-3            |
| 1.3          | <i>Brand Recognition (Supermarket)</i>                                            | 1-3            |
| 1.4          | Kesediaan Responden Kembali Berbelanja Di Toserba<br>GRIYA ( <i>Supermarket</i> ) | 1-4            |
| 1.5          | Kesediaan Responden Mencoba Berbelanja Di Toserba<br>GRIYA ( <i>Supermarket</i> ) | 1-4            |
| 1.6          | Media Pengenalan Toserba GRIYA                                                    | 1-4            |
| 2.1          | Kuadran IPA 6                                                                     | 2-14           |
| 2.2          | Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> 6                                  | 2-10           |
| 3.1          | Variabel Penelitian Sebelum Uji Konstruk                                          | 3-6            |
| 3.2          | Variabel Penelitian Setelah Uji Konstruk I dan II                                 | 3-7            |
| 5.1          | Variabel Sebelum Uji Konstruk                                                     | 5-1            |
| 5.2          | Uji Konstruk I                                                                    | 5-2            |
| 5.3          | Variabel Setelah Uji Konstruk I                                                   | 5-3            |
| 5.4          | Uji Konstruk II                                                                   | 5-4            |
| 5.5          | Variabel Setelah Uji Konstruk II                                                  | 5-4            |
| 5.6          | Uji Validitas I Tingkat Kepentingan                                               | 5-5            |
| 5.7          | Uji Validitas I Tingkat Performansi Toserba GRIYA                                 | 5-7            |
| 5.8          | Uji Validitas II Tingkat Kepentingan                                              | 5-9            |
| 5.9          | Uji Validitas II Tingkat Performansi Toserba GRIYA                                | 5-10           |
| 5.10         | Rangkuman Tingkat Kepentingan dan Performansi                                     | 5-12           |
| 5.11         | Uji Kepuasan                                                                      | 5-14           |
| 5.12         | Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Performansi<br>Toserba GRIYA              | 5-19           |
| 5.13         | Rangkuman <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4                          | 5-21           |
| 5.14         | <i>Analysis Of Variance</i>                                                       | 5-23           |

| <b>Tabel</b> | <b>Judul</b>                                   | <b>Halaman</b> |
|--------------|------------------------------------------------|----------------|
| 5.15         | Hasil Uji ANOVA Terima $H_0$                   | 5-26           |
| 5.16         | Hasil Uji ANOVA Tolak $H_0$                    | 5-26           |
| 5.17         | Toserba GRIYA Peringkat 1                      | 5-27           |
| 5.18         | Toserba GRIYA Peringkat 2                      | 5-27           |
| 5.19         | Toserba GRIYA Peringkat 3                      | 5-28           |
| 5.20         | Uji Duncan Toserba GRIYA Peringkat 3           | 5-30           |
| 5.21         | Uji Duncan Toserba GRIYA Peringkat 2           | 5-31           |
| 5.22         | Uji Duncan Toserba GRIYA Peringkat 1           | 5-32           |
| 5.23         | <i>Importance Performance Analysis (IPA) 6</i> | 5-34           |
| 5.24         | Prioritas Perbaikan                            | 5-35           |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b> | <b>Judul</b>                                                        | <b>Halaman</b> |
|---------------|---------------------------------------------------------------------|----------------|
| 2.1           | Piramida <i>Brand Awarenes</i>                                      | 2-3            |
| 2.2           | Kuadran IPA 4                                                       | 2-13           |
| 3.1           | <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian                              | 3-2            |
| 3.2           | <i>Flowchart</i> Uji Duncan Jika Toserba GRIYA di Peringkat Pertama | 3-11           |
| 3.3           | <i>Flowchart</i> Uji Duncan Jika Toserba GRIYA di Peringkat Kedua   | 3-12           |
| 3.4           | <i>Flowchart</i> Uji Duncan Jika Toserba GRIYA di Peringkat Ketiga  | 3-12           |
| 4.1           | Struktur Organisasi Toserba GRIYA Setiabudi                         | 4-1            |
| 5.1           | Wilayah Kritis Variabel 1                                           | 5-13           |
| 5.2           | <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4                      | 5-20           |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                                                 | Halaman |
|----------|-------------------------------------------------------|---------|
| 1        | Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian        | L1-1    |
| 2        | Data Mentah Kuesioner                                 | L2-1    |
| 3        | Uji Duncan SPSS 15.0                                  | L3-1    |
| 4        | Validasi Konstruk                                     |         |
| 5        | Tabel r Product Moment, Tabel Z, dan Tabel Uji Duncan |         |
| 6        | Lembar Komentar Narasumber                            |         |