

JURNAL

Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor Terhadap Pelayanan di Pasar Swalayan “Jumbo” di Kota Manado

Riheld Hiskia Lomboan

100 314 090

Dosen Pembimbing :

- 1. Dr. Ir. Grace A. J. Rumagit, MSi**
- 2. Ir. Mex F. L. Sondakh, MSi**
- 3. Dr. Ir. Gene H. M. Kapantow, MIKomp, MSc**



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SAM RATULANGI
MANADO**

2014

**Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor Terhadap
Pelayanan di Pasar Swalayan “Jumbo” di Kota Manado
(Consumer Satisfaction For Local Fruits and Fruit Import To The
Services in Supermarkets "Jumbo" in Manado Municipality)**

Riheld Hiskia Lomboan¹

**Dr. Ir. Grace A. J. Rumagit, MSi., Ir. Mex F. L. Sondak, MSi.,
Dr. Ir. Gene H. M. Kapantow, MIKomp, MSc²**

¹Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian UNSRAT

²Dosen Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian UNSRAT

ABSTRACT

Riheld Hiskia Lomboan. *Consumer Satisfaction For Local Fruits and Fruit Import To The Services in "Jumbo" Supermarket in Manado Municipality (under the guidance of Grace A. J. Rumagit as chairman, Mex. F. L. Sondakh and Gene H. M. Kapantow as members).*

Customer satisfaction is very important factor for entrepreneurs in running a business. Consumer satisfaction in the can can lead to repeat purchases even consumers may be loyal to the product. The objective of this research is to determine the level of customer satisfaction to the service at Jumbo Supermarkets in Manado municipality through the aspects of reliability, responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles.

This research uses primary data and secondary data. Sampling method in this research is Accidental Sampling.

The research result showed that the level costumer satisfaction for local fruit and imported fruit based on reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles was categorized as satisfy and more satisfy to the services at Jumbo Supermarket.

Keywords: Consumer Satisfaction, FiveAspects of Consumer Satisfaction

\ABSTRAK

Riheld Hiskia Lomboan. Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor Terhadap Pelayanan di Pasar Swalayan “Jumbo” di Kota Manado (dibawah bimbingan **Grace A. J. Rumagit** sebagai ketua, **Mex F. L. Sondakh** dan **Gene H. M. Kapantow** sebagai anggota)

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi pengusaha dalam menjalankan suatu usaha. Kepuasan yang didapat konsumen dapat menyebabkan terjadinya pembelian ulang bahkan konsumen dapat menjadi loyal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen buah lokal dan buah impor terhadap pelayanan di Pasar Swalayan Jumbo di Kota Manado dalam aspek keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Metode Sampling Aksidental (*Accidental Sampling*).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen buah lokal dan buah impor dilihat dari aspek keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*) berada pada kategori puas dan lebih puas terhadap pelayanan di Pasar Swalayan Jumbo.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Lima Aspek Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia telah memberikan dampak yang positif bagi perkembangan berbagai bidang termasuk bidang ritel. Sejalan dengan hal tersebut maka banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, mini market, departement store, pasar swalayan (supermarket) dan lain-lain. Hal ini akan menimbulkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan maka perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar (Winiardi, 2002).

Ada beberapa alasan yang mendorong pentingnya melakukan pengukuran kepuasan konsumen yaitu pertama, tingkat pesaing yang semakin meningkat. Kedua, semakin besar investasi yang dicurahkan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan konsumen. Ketiga, harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu (Kirom, 2009).

Salah satu supermarket yang berada di daerah Sulawesi utara tepatnya di Manado yang menjual produk buah adalah Jumbo Supermarket. Supermarket tersebut merupakan salah satu supermarket yang sudah berdiri cukup lama di Kota Manado. Walaupun ada begitu banyak pesaing bidang ritel di Manado contohnya Golden, Fiesta, Hypermart, dan Multimart, Jumbo Supermarket tetap bertahan dan terus berkembang. Produk buah yang dijual di Jumbo Supermarket adalah buah

lokal dan buah impor. Salah satu contoh buah yang mempunyai jenis yang sama namun berbeda tempat yaitu buah apel Malang yang merupakan buah lokal sedangkan buah apel Fuji yang merupakan buah impor.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis tentang kepuasan konsumen terhadap produk buah lokal dan buah impor serta pelayanan yang diberikan di salah satu Supermarket yang ada di Manado yaitu Jumbo Supermarket, dimana supermarket ini telah berdiri cukup lama dan berada di pusat Kota Manado yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan dari masyarakat Kota Manado.

Perumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap buah lokal dan buah impor serta pelayanan yang diberikan di Jumbo Supermarket di Kota Manado berdasarkan faktor kepuasan dari keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*).

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap buah lokal dan buah impor serta pelayanan yang ada di Jumbo Supermarket di Kota Manado ditinjau dari keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*). Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti, mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang

telah diperoleh dan dipelajari selama studi di Fakultas Pertanian UNSRAT dan memberikan informasi kepada perusahaan tentang kepuasan konsumen terhadap buah-buah yang dijual dan pelayanan yang diberikan serta menjadi acuan bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan penjualan produk buah-buah lokal.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Perencanaan waktu penelitian kurang lebih tiga bulan yaitu selama bulan September sampai Desember 2014 mulai dari persiapan sampai penyusunan laporan/hasil penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Supermarket Manado dalam hal ini Jumbo Supermarket, dimana yang menjadi fokus penelitian adalah konsumen yang membeli buah lokal dan buah impor.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara langsung dengan konsumen yang membeli buah lokal dan buah impor dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuisiener yang telah disiapkan, sedangkan data sekunder diperoleh dari perusahaan yang terkait dengan penelitian ini.

Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas Instrumen adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Validitas dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan.

Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dinyatakan Valid

Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka dinyatakan Tidak Valid

Uji Reliabilitas Instrumen

Kuisiener dikatakan reliabel jika kuisiener tersebut dilakukan pengukuran berulang akan mendapatkan hasil yang sama.

Standar penetapan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menurut Arikunto (2006), yaitu :

Tabel 1. Tingkat Reliabilitas Instrumen Soal

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00-0.20	Sangat Rendah (tidak terkorelasi)
>0.20-0.40	Agak Rendah
>0.40-0.60	Rendah
>0.60-0.80	Agak Tinggi
>0.80-1.00	Tinggi

Metode Pengambilan Sampel

Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Sampling Aksidental (*Accidental Sampling*). Teknik penentuan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan layak untuk diteliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2007). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden/konsumen yang terbagi dalam dua kelompok yaitu 40 responden yang membeli buah lokal dan 40 responden yang membeli buah impor, untuk responden yang membeli 2 jenis buah yaitu buah lokal dan buah impor maka yang akan diteliti dilihat dari besarnya jumlah uang yang dikeluarkan untuk jenis buah yang dibeli, apabila jumlah uang yang dikeluarkan lebih besar untuk buah impor maka

responden tersebut disebut konsumen buah impor dan sebaliknya.

Konsep Pengukuran Variabel

Konsumen yang datang mulai dari orang muda sampai orang tua dan membeli buah lokal yang dihasilkan di Indonesia disebut konsumen buah lokal sedangkan konsumen yang datang dan membeli buah yang di impor dari luar negeri disebut konsumen buah impor. Variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli buah lokal dan buah impor terdiri dari :

1. *Karakteristik Responden*, mencakup :

- 1) Jenis Kelamin (laki-laki/perempuan).
- 2) Umur : Usia jumlah tahun sejak konsumen dilahirkan sampai saat menjadi konsumen dalam penelitian (tahun).
- 3) Pekerjaan: profesi konsumen pada saat wawancara dilaksanakan.
- 4) Tingkat Pendidikan : pendidikan terakhir konsumen.
- 5) Pendapatan : pendapatan per-bulan dari konsumen.

2. Tingkat Kepuasan Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor, pengukuran tingkat kepuasan dilihat dari kelima aspek yaitu sebagai berikut :

a. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan. Indikator-indikatornya sebagai berikut :

1. Produk yang dijual bervariasi/beragam.

2. Karyawan mampu memberikan informasi mengenai fasilitas penunjang supermarket.

3. Karyawan dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang dijual.

4. Penataan produk sesuai dengan jenis.

b. Cepat Tanggap (*responsiveness*), dimana para karyawan mampu menanggapi keinginan konsumen serta memberikan pelayanan secara cepat. Indikator-indikatornya sebagai berikut :

1. Lama waktu antrian di kasir.

2. Karyawan memberikan perlakuan yang sama kepada semua konsumen.

3. Karyawan mampu memberikan informasi tentang penempatan produk.

4. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan konsumen.

c. Jaminan (*assurance*), yakni produk yang dijual oleh perusahaan mampu menumbuhkan daya tarik konsumen untuk mengkonsumsi produk dari perusahaan. Indikator-indikatornya sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang dijual.

2. Tampilan produk yang dijual.

3. Harga produk yang dijual.

4. Karyawan mampu memahami ragam dan detail produk yang dijual.

d. Empati (*emphaty*), bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya dan

bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memberikan jam operasi yang nyaman. Indikator-indikatornya sebagai berikut :

1. Karyawan memberikan salam pada konsumen datang dan pergi.
 2. Pemakaian tata bahasa yang sopan oleh karyawan.
 3. Sikap hormat dan sopan oleh karyawan.
 4. Karyawan mampu memahami keinginan konsumen.
- e. Bukti Fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Indikator-indikatornya sebagai berikut :
1. Kerapian seragam yang digunakan karyawan.
 2. Ketersediaan tempat parkir.
 3. Pencahayaan di supermarket.
 4. Kesejukan ruangan di supermarket.

Skala Pengukuran

Untuk mengukur kepuasan konsumen maka digunakan pilihan jawaban serta skor sebagai berikut;

Tabel 2. Kriteria Pengukuran Kepuasan

Kriteria	Skor (√)
Tidak Puas	1
Kurang Puas	2
Puas	3
Lebih Puas	4
Sangat Puas	5

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini hanya difokuskan bagi konsumen yang membeli buah lokal dan buah impor. Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Data diukur menggunakan indeks kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Indeks*):

Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks Kepuasan Konsumen adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil pengukuran kuantitatif dan kualitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan publik dengan memabndingkan antara harapan dan kenyataan.

Menurut Suparyanto (2006), Indeks Kepuasan Konsumen menggunakan rumus :

$$IKP_{i,jz} = \frac{(F1 \times S1) + (F2 \times S2) + (F3 \times S3) + (F4 \times S4) + (F5 \times S5)}{\sum F \times S}$$

dimana :

- IKP = Indeks Kepuasan Pelanggan/Konsumen
- F1 = Jumlah Responden Yang Menjawab Sangat Tidak Puas
- F2 = Jumlah Responden Yang Menjawab Tidak Puas
- F3 = Jumlah Responden Yang Menjawab Puas
- F4 = Jumlah Responden Yang Menjawab Lebih Puas
- F5 = Jumlah Responden Yang Menjawab Sangat Lebih Puas

- ΣF = Jumlah Total Responden
 S1-5 = 1,2,3,4, dan 5 (1 = sangat tidak puas), (2 = tidak puas), (3 = puas), (4 = lebih puas), (5 = sangat lebih puas)
 i_1 = Konsumen Buah Lokal
 i_2 = Konsumen Buah Impor

Tabel 3. Tingkat Kepuasan Konsumen

Angka Indeks	Kategori
< 0.20	Sangat Puas
0.21-0.40	Kurang Puas
0.41-0.60	Puas
0.61-0.80	Lebih Puas
>0.80	Sangat Puas

Sumber : Supranto (2006)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Jumbo Supermarket

Sejarah Pasar Swalayan Jumbo (PT. Jumbo Supermarket)

Jumbo merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang pasar swalayan atau yang biasa disebut supermarket, dimana supermarket ini menjual kebutuhan pokok dan peralatan rumah tangga serta menyediakan restoran untuk mengadakan acara seperti perkawinan, hari ulang tahun, dll. Jumbo pertama kali berdiri di Manado pada bulan November tahun 1984 dan pada saat itu belum dinamakan Jumbo tetapi Jameson's dan bangunan pertama yang digunakan yaitu tempat dimana sekarang sudah digunakan oleh toko Golden kecil yang berada dipasar 45, pada waktu itu karyawan yang bekerja berjumlah 63 orang. Setelah Jameson's berhasil dan mengalami peningkatan maka pengusaha Jumbo

Supermarket berinisiatif untuk mengembangkan usahanya lebih besar lagi dengan membeli tanah dan bangunan yang sampai sekarang ditempati yaitu berada dekat dengan patung pahlawan yang berada di pasar 45 tepatnya di Jalan Suprpto.

Keadaan bangunan yang dibeli pada waktu itu merupakan bangunan tua/semi permanent kemudian direnovasi dan dijadikan pasar swalayan dan merubah nama menjadi PT. Jumbo Supermarket. Pada bulan April tahun 1986 Jumbo Supermarket mengalami kebakaran yang besar yang mengakibatkan bangunan tersebut habis terbakar serata tanah dikarenakan keadaan bangunan pada saat itu belum direnovasi sepenuhnya dan masih merupakan bangunan semi permanen. Kemudian Jumbo Supermarket dibongkar lagi dan dibangun menjadi bangunan permanent yang terdiri dari tiga lantai. Pada tanggal 11 bulan Juli tahun 1987 Jumbo Supermarket dijadikan sebagai supermarket yang resmi dengan mengadakan peletakan batu pertama yang sekarang berada di lantai satu oleh Walikota Manado Kepala Daerah Tingkat II yaitu Ir. N. H. Eman dan diresmikan pada tanggal 29 bulan April tahun 1988 oleh Gubernur Sulawesi Utara (SULUT) yaitu Bpk. C. J. Rantung.

Tahun 1988 setelah mengalami kebakaran dan dibangun kembali kemudian diresmikan Jumbo Supermarket dibuka namun baru lantai pertama yang dioperasikan, pada saat itu jumlah karyawan yang bekerja di Jumbo Supermarket sebanyak 87 karyawan. Pada tahun 1990 lantai dua dibuka dengan menjual produk-produk yang ada sampai sekarang yaitu alat tulis-menulis, barang-

barang kebutuhan rumah tangga, peralatan olahraga, perabotan rumah, dll. Setelah berhasil mengoperasikan lantai satu dan lantai dua maka pada tahun 1994 lantai tiga dibuka dan digunakan sebagai restoran.

Tahun 1997 tepatnya dibulan November Jumbo Supermarket kembali mendapat musibah yaitu mengalami kebakaran yang kedua kali, berbeda pada kebakaran yang pertama seluruh gedung habis terbakar namun pada kebakaran kali yang kedua hanya lantai dua dan lantai tiga yang terbakar. Pada saat itu lantai tiga terbakar habis dan harus dibangun kembali sedangkan lantai

dua masih ada bagian bangunan yang tersisa. Setelah kebakaran terjadi Jumbo Supermarket sempat ditutup selama dua minggu lalu dibuka kembali. Jumbo Supermarket kemudian mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2000 bangunan diperluas yang sampai saat ini luas Jumbo Supermarket mencapai ± 4500 m² dan karyawan berjumlah 328 orang.

Struktur Organisasi PT. Jumbo Supermarket

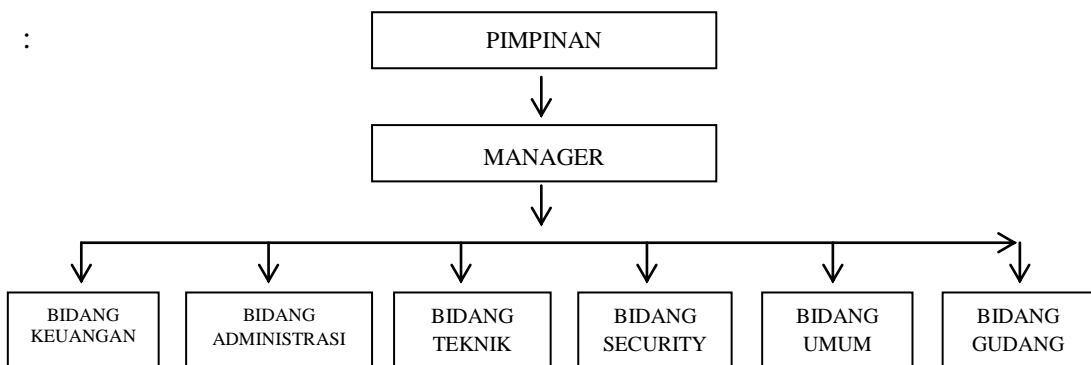
Sebagaimana tampak pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Jumlah Tenaga Kerja di Jumbo Supermarket

No	Jabatan	Jumlah	Presentasi (%)
1	Pimpinan	2	0,6
2	Manager	1	0,3
3	Bidang Keuangan	3	0,9
4	Bidang Administrasi	7	2,1
5	Bidang Teknik	5	1,6
6	Bidang Security	12	3,7
7	Bidang Umum	4	1,2
8	Bidang Gudang	20	6,1
9	SPG dan SPB	274	83,5
Jumlah		328	100

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Struktur Organisasi Pasar Swalayan Jumbo dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Struktur Organisasi Jumbo Supermarket

Jenis-jenis Buah Lokal dan Buah Impor

Jenis-jenis buah yang dijual di Jumbo Supermarket yang terdiri dari

buah lokal dan buah impor dapat dilihat pada Tabel 5, yaitu :

Tabel 5. Jenis-jenis Buah Lokal dan Buah Impor

Buah Lokal		Buah Impor	
Nama	Asal	Nama Buah	Asal
Sirsak	Tondano, Kotamobagu	Anggur Hitam	Amerika, Australia, Afrika
Lemon Cina	Palu, Kotamobagu	Anggur RG	Amerika, Australia, Afrika
Nenas	Kotamobagu	Pear Xiang Lie	China
Pepaya	Tateli, Pinili	Apel R. Gala	Perancis, Amerika, New Zealand
Sirsak Biasa	Kalasey	Jeruk Murcot	Argentina
Pisang Mas	Tinoor	Pear Causulie	China
Pisang Tandu	Likupang	Pear Ya Lie	China
Salak	Pangu (Mitra)	Sunkist Navel	Afrika, Australia
Semangka Biji	Kotamobagu	Pear Sweat	China
Semangka Tanpa Biji	Palu	Apel Merah Besar	Amerika
Melon	Lapangan (Bandara)	Apel Fuji	China
Mangga Kuini	Pulou (Manado Tua), Pasar Bersehati	Apel Merah Kecil	Amerika
Mangga Madu	Minsel	Anggur Hijau Prime	Afrika
Mangga HRM	Minut	Apel Sun Mon	China
MNS			
Mangga Indramayu	Minsel	Apel Merah	China
Langsa	Likupang (Minut)	Jeruk afourrer	Australia
Alfokad	Tondano	Jeruk Clemen Villa	Afrika, Argentina
Pisang Gati	Likupang (Minut)	Sunkist Egypt	Valencia
Pisang Ambon	Pangu (Mitra), Tomohon, Minut		
Pisang Susu	Kolongan, Minut		
Pisang Raja	Kolongan, Minut		
Pisang Goroho	Kolongan, Minut		
Strawberry	Jawa		
Apel Malang Super	Malang		
Apel Manalagi Super	Malang		

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini

berjumlah 40 responden buah lokal dan 40 responden buah impor yang membeli produk buah lokal dan buah

impor di Jumbo Supermarket. Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran tentang responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini di klarifikasikan berdasarkan usia, tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, dapat dilihat pada Lampiran 1. berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

Usia Konsumen

Dengan variatifnya responden pengunjung di Jumbo Supermarket, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan usia, di sisi konsumen umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang dan jasa. Tabulasi usia responden buah lokal dan buah impor dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.Usia Konsumen Buah Lokal Dan Buah Impor

No	Usia (Tahun)	Buah Lokal		Buah Impor	
		Jumlah Konsumen (orang)	Presentasi (%)	Jumlah Konsumen (orang)	Presentasi (%)
1	16-20	4	10,00	13	32,50
2	21-30	9	22,50	16	40,00
3	31-40	6	15,00	7	17,50
4	41-50	14	35,00	4	10,00
5	>50	7	17,50	-	-
Jumlah		40	100,00	40	100,00

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan konsumen buah lokal terbanyak adalah yang berumur 41-50 tahun atau 35 persen sedangkan yang paling sedikit ada pada interval umur 16-20 tahun atau 10 persen. Sedangkan responden buah impor dapat diketahui bahwa usia responden yang terbanyak adalah yang berusia 21-30 tahun sebanyak 16 orang atau 40 persen, di ikuti dengan usia responden 16- 20 tahun sebanyak 13 orang atau 32,5 persen.

Dari Tabel 6 dapat dilihat perbandingan, responden buah impor yang paling banyak ada pada interval umur 21- 30 tahun atau 40 persen. Sedangkan responden buah lokal yang paling banyak ada pada interval 41-50 tahun atau 35 persen. Ini menunjukkan bahwa buah impor lebih banyak diminati oleh kalangan anak muda berbeda dengan buah lokal yang lebih banyak diminati oleh kalangan orang tua.

Tingkat Pendidikan Konsumen

Pendidikan dapat menjelaskan kemampuan seseorang dalam kaitannya dengan perilaku

seseorang. Tabulasi responden buah impor dan buah lokal mengenai pendidikan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Pendidikan Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor

No	Pendidikan	Buah Lokal		Buah Impor	
		Jumlah Konsumen	Presentasi (%)	Jumlah Konsumen	Presentasi (%)
1	SD	1	2,50	-	-
2	SMP	2	5,00	1	2,50
3	SMA	17	42,50	27	67,50
4	Perguruan Tinggi	20	50,00	12	30,00
Jumlah		40	100,00	40	100,00

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tabel 7 menunjukkan bahwa pendidikan konsumen buah lokal yang paling banyak adalah SMA dan Sarjana yaitu berjumlah 17 orang atau 42,5 persen. Sedangkan responden buah impor sebagian besar adalah SMA yaitu sebanyak 27 orang atau 67,5 persen, dan di ikuti oleh responden yang berpendidikan sarjana yaitu sebanyak 12 orang atau 30 persen.

Tabel 7 memberikan penjelasan bahwa responden yang mempunyai pendidikan terakhir paling banyak berbelanja buah impor

dan buah lokal di pasar swalayan jumbo yaitu kalangan SMA kemudian diikuti oleh kalangan sarjana.

Profesi Konsumen

Profesi seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusannya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk jasa. Tabulasi responden buah lokal dan buah impor mengenai profesi pada Tabel 8.

Tabel 8. Profesi Konsumen Buah Lokal dan Buah Impor

No	Pekerjaan	Buah Lokal		Buah Impor	
		Jumlah Konsumen (orang)	Presentasi (%)	Jumlah Konsumen (orang)	Presentasi (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	14	35,00	4	10,00
2	Pelajar/Mahasiswa	8	20,00	22	55,00
3	Wiraswasta/Wirusaha	7	17,50	6	15,00
4	Ibu Rumah Tangga	5	12,50	3	7,50
5	Pendeta	2	5,00	-	-
6	Pelaut	1	2,50	-	-
7	PTT	1	2,50	-	-
8	Petani	1	2,50	-	-
9	Pedagang	1	2,50	-	-
10	Tidak Bekerja	-	-	5	12,50
Jumlah		40	100,00	40	100,00

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tabel 8 menunjukkan bahwa profesi responden buah lokal yang paling banyak adalah yang profesi sebagai PNS yaitu sebanyak 14 orang atau 35 persen, kemudian di ikuti oleh responden yang berprofesi sebagai pelajar yaitu sebanyak 8 orang atau 20 persen. Sedangkan profesi responden buah impor menunjukkan bahwa sebagian responden adalah sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 22 orang atau 55 persen, kemudian di ikuti oleh responden yang berprofesi sebagai Wiraswasta/Wirausaha dan tidak mempunyai profesi masing-masing sebanyak 5 orang atau 12,5 persen.

Berdasarkan Tabel 8 membuktikan konsumen paling banyak berbelanja buah impor adalah yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, sedangkan konsumen buah lokal yang paling banyak adalah konsumen yang berprofesi sebagai PNS.

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil pengukuran kuantitatif dan kualitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan.

Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang segera, akurat dan memuaskan. Penelitian ini menggunakan empat item kuisioner *reliability* untuk mengukur persepsi konsumen buah lokal dan buah impor mengenai keandalan pelayanan yang ada di Jumbo Supermarket. Hasil tanggapan terhadap keandalan (*reliability*) dapat dijelaskan pada Tabel 9 dan Tabel 10.

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah lokal mengenai keandalan (*reliability*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(2 \times 2)] + [(23 \times 3)] + [(11 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,68$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(8 \times 2)] + [(17 \times 3)] + [(13 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,64$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(2 \times 1)] + [(6 \times 2)] + [(18 \times 3)] + [(10 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,64$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(1 \times 2)] + [(20 \times 3)] + [(16 \times 3)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,70$$

Rata-rata IKP buah lokal mengenai Keandalan (*Reliability*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,68 + 0,64 + 0,64 + 0,70) / 4 = 0,66$$

Tabel 9. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Lokal Jumbo Supermarket dari Aspek Keandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Produk yang dijual bervariasi / beragam.	-	2	23	11	4	0,68	Lebih Puas
2	Karyawan mampu memberikan informasi mengenai fasilitas penunjang supermarket.	-	8	17	13	2	0,64	Lebih Puas
3	Karyawan dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang dijual.	2	6	18	10	4	0,64	Lebih Puas
4	Penataan produk sesuai dengan jenis.	-	1	20	16	3	0,70	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Reliability</i>							0,66	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah impor mengenai keandalan (*reliability*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(2 \times 2)] + [(22 \times 3)] + [(12 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,69$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(3 \times 2)] + [(12 \times 3)] + [(22 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,70$$

$$\begin{aligned} \text{3. Indikator 3} & \text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] \\ & + [(6 \times 2)] + [(20 \times 3)] + [(11 \times 4)] + \\ & [(3 \times 5)] / 200 = 0,65 \end{aligned}$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(8 \times 2)] + [(17 \times 3)] + [(10 \times 4)] + [(5 \times 5)] / 200 = 0,66$$

Rata-rata IKP buah impor mengenai Keandalan (*Reliability*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,69 + 0,70 + 0,65 + 0,66) / 4 = 0,67$$

Tabel 10. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Impor Jumbo Supermarket dari Aspek Keandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Produk yang dijual bervariasi / beragam.	-	2	22	12	4	0,69	Lebih Puas
2	Karyawan mampu memberikan informasi mengenai fasilitas penunjang supermarket.	1	3	12	22	2	0,70	Lebih Puas
3	Karyawan dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang dijual.	-	6	20	11	3	0,65	Lebih Puas
4	Penataan produk sesuai dengan jenis.	-	8	17	10	5	0,66	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Reliability</i>							0,67	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tanggapan responden buah lokal sebagaimana pada Tabel 9 menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar responden buah lokal memberikan penilaian lebih puas terhadap reliability (keandalan) yang diberikan oleh Jumbo supermarket dengan nilai indeks kepuasan konsumen adalah sebesar 0,66. Sedangkan pada Tabel 10 sebagian responden buah impor menyatakan lebih puas dengan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 0,67. Artinya rata-rata responden buah lokal maupun responden buah impor mendapatkan pelayanan yang handal oleh pihak Jumbo Supermarket. Kondisi demikian didukung oleh adanya prosedur pelayanan yaitu produk yang dijual bervariasi / beragam, karyawan mampu memberikan informasi mengenai fasilitas penunjang supermarket, karyawan dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang dijual, penataan produk sesuai dengan jenis.

Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

Cepat Tanggap (*responsiveness*) adalah pemberian pelayanan kepada para pelanggan dengan cepat dan tangka. Penelitian ini menggunakan empat item

kuisisioner *responsiveness* untuk mengukur persepsi konsumen mengenai ketanggapan pelayanan yang ada di Jumbo Supermarket. Hasil tanggapan terhadap cepat tanggap (*responsiveness*) dapat dijelaskan pada Tabel 11 dan Tabel 12.

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah lokal mengenai cepat tanggap (*responsiveness*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(14 \times 2)] + [(18 \times 3)] + [(5 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,56$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(1 \times 2)] + [(22 \times 3)] + [(9 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,60$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(2 \times 2)] + [(22 \times 3)] + [(12 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,69$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(3 \times 2)] + [(24 \times 3)] + [(11 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,66$$

Rata-rata IKP buah lokal mengenai Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,56 + 0,60 + 0,69 + 0,66) / 4 = 0,63$$

Tabel 11. Indeks Kepuasan Konsumen Buah lokal Jumbo Supermarket dari Aspek Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Lama waktu antrian di kasir. Karyawan memberikan perlakuan yang sama kepada semua konsumen.	1	14	18	5	2	0,56	Puas
2	Karyawan mampu memberikan informasi tentang penempatan produk.	-	2	22	12	4	0,69	Lebih Puas
4	Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan konsumen.	-	3	24	11	2	0,66	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai Responsiveness							0,63	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah impor mengenai cepat tanggap (*responsiveness*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(4 \times 1)] + [(19 \times 2)] + [(15 \times 3)] + [(2 \times 4)] + [(0 \times 5)] / 200 = 0,47$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(8 \times 2)] + [(21 \times 3)] + [(7 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,61$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(4 \times 2)] + [(28 \times 3)] + [(8 \times 4)] + [(0 \times 5)] / 200 = 0,62$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(14 \times 2)] + [(15 \times 3)] + [(8 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,58$$

Rata-rata IKP buah impor mengenai Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,47 + 0,61 + 0,62 + 0,58) / 4 = 0,57$$

Tabel 12. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Impor Jumbo Supermarket dari Aspek Cepat Tanggap (*Responsiveness*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Lama waktu antrian di kasir.	4	19	15	2	-	0,47	Puas
2	Karyawan memberikan perlakuan yang sama kepada semua konsumen.	1	8	21	7	3	0,61	Lebih Puas
3	Karyawan dapat membantu Karyawan mampu memberikan informasi tentang penempatan produk.	-	4	28	8	-	0,62	Lebih Puas
4	Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan konsumen.	1	14	15	8	2	0,58	Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Responsiveness</i>							0,57	Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 11 dan Tabel 12 menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar responden buah lokal memberikan penilaian lebih puas dengan nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 0,63 sedangkan responden buah impor memberikan penilaian puas dengan nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 0,57 terhadap ketanggapan yang dimiliki oleh pihak Jumbo Supermarket. Hal ini didukung oleh faktor yang ditunjukkan Karyawan dalam hal memberikan perlakuan yang sama

kepada semua konsumen, Karyawan mampu memberikan informasi tentang penempatan produk.

Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) menunjukkan sifat dapat dipercaya dan mampu memberikan rasa aman bagi para pelanggannya. Penelitian ini menggunakan empat item kuisioner assurance untuk mengukur persepsi konsumen mengenai jaminan pelayanan yang ada di Jumbo Supermarket. Hasil tanggapan terhadap jaminan (*assurance*) dapat

dijelaskan pada Tabel 13 dan Tabel 14.

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah lokal mengenai jaminan (*assurance*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(3 \times 2)] + [(20 \times 3)] + [(14 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,68$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(5 \times 2)] + [(21 \times 3)] + [(11 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,66$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(6 \times 2)] + [(23 \times 3)] + [(9 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,63$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(1 \times 2)] + [(25 \times 3)] + [(10 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,66$$

Rata-rata IKP buah lokal mengenai Jaminan (*Assurance*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,68 + 0,66 + 0,63 + 0,66) / 4 = 0,66$$

Tabel 13. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Lokal Jumbo Supermarket dari Aspek Jaminan (*Assurance*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Kualitas produk yang dijual.	-	3	20	14	3	0,68	Lebih Puas
2	Tampilan produk yang dijual.	-	5	21	11	3	0,66	Lebih Puas
3	Harga produk yang dijual.	-	6	23	9	2	0,63	Lebih Puas
4	Karyawan mampu memahami ragam dan detail produk yang dijual.	1	1	25	10	3	0,66	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai Assurance							0,66	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah impor mengenai jaminan (*assurance*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(1 \times 2)] + [(24 \times 3)] + [(11 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,69$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(6 \times 2)] + [(18 \times 3)] + [(12 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,67$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(6 \times 2)] + [(19 \times 3)] + [(14 \times 4)] + [(1 \times 5)] / 200 = 0,65$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(12 \times 2)] + [(20 \times 3)] + [(4 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,58$$

Rata-rata IKP buah impor mengenai Jaminan (*Assurance*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,69 + 0,67 + 0,65 + 0,58) / 4 = 0,65$$

Tabel 14. Indeks Kepuasan Konsumen Buah impor Jumbo Supermarket dari Aspek Jaminan (*Assurance*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Kualitas produk yang dijual.	-	1	24	11	4	0,69	Lebih Puas
2	Tampilan produk yang dijual.	-	6	18	12	4	0,67	Lebih Puas
3	Harga produk yang dijual.	-	6	19	14	1	0,65	Lebih Puas
4	Karyawan mampu memahami ragam dan detail produk yang dijual.	1	12	20	4	3	0,58	Puas
Rata-rata IKP Mengenai Assurance							0,65	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 13 dan Tabel 14 menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar responden buah lokal maupun buah impor memberikan penilaian lebih puas terhadap jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh Jumbo Supermarket dengan nilai indeks kepuasan konsumen buah lokal sebesar 0,66 dan buah impor sebesar 0,65. Hal ini didukung oleh kualitas produk yang dijual, menurut pendapat konsumen kualitas buah yang dijual masih segar dan layak untuk dikonsumsi.

Empati (*Emphaty*)

Empati (*emphaty*) menunjukkan pernyataan tentang kepedulian dan perhatian kepada konsumen secara individual. Penelitian ini menggunakan empat item kuisisioner empati (*emphaty*) untuk mengukur persepsi konsumen mengenai perhatian yang diberikan oleh pihak Jumbo Supermarket. Hasil tanggapan terhadap empati (*emphaty*) dapat

dijelaskan pada Tabel 15 dan Tabel 16.

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah lokal mengenai empati (*emphaty*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(21 \times 2)] + [(11 \times 3)] + [(6 \times 4)] + [(1 \times 5)] / 200 = 0,52$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(4 \times 2)] + [(28 \times 3)] + [(5 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,61$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(5 \times 2)] + [(26 \times 3)] + [(6 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,61$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(5 \times 2)] + [(23 \times 3)] + [(9 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,63$$

Rata-rata IKP buah lokal mengenai Empati (*Emphaty*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,52 + 0,61 + 0,61 + 0,63) / 4 = 0,60$$

Tabel 15. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Lokal Jumbo Supermarket dari Aspek Empati (*Emphaty*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Karyawan memberikan salam pada konsumen datang dan pergi.	1	21	11	6	1	0,52	Puas
2	Pemakaian tata bahasa yang sopan oleh karyawan.	1	4	28	5	2	0,61	Lebih Puas
3	Sikap hormat dan sopan oleh karyawan.	1	5	26	6	2	0,61	Lebih Puas
4	Karyawan mampu memahami keinginan konsumen.	1	5	23	9	2	0,63	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Emphaty</i>							0,60	Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah impor mengenai empati (*emphaty*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(7 \times 1)] + [(18 \times 2)] + [(11 \times 3)] + [(2 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,47$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(18 \times 2)] + [(14 \times 3)] + [(4 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,55$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(17 \times 2)] + [(14 \times 3)] + [(6 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,55$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(15 \times 2)] + [(17 \times 3)] + [(5 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,56$$

Rata-rata IKP buah impor mengenai Empati (*Emphaty*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,47 + 0,55 + 0,55 + 0,56) / 4 = 0,53$$

Tabel 16. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Impor Jumbo Supermarket dari Aspek Empati (*Emphaty*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Karyawan memberikan salam pada konsumen datang dan pergi.	7	18	11	2	2	0,47	Puas
2	Pemakaian tata bahasa yang sopan oleh karyawan.	1	18	14	4	3	0,55	Puas
3	Sikap hormat dan sopan oleh karyawan.	1	17	14	6	2	0,55	Puas
4	Karyawan mampu memahami keinginan konsumen.	1	15	17	5	2	0,56	Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Emphaty</i>							0,53	Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 15 dan Tabel 16 menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar responden buah lokal maupun buah impor memberikan penilaian puas terhadap empati (*emphaty*) yang diberikan oleh Jumbo Supermarket dengan nilai indek kepuasan konsumen buah lokal sebesar 0,60 sedangkan responden buah impor sebesar 0,53. Artinya rata-rata responden merasa puas terhadap kepedulian dan perhatian karyawan pihak Jumbo Supermarket, hal ini didukung oleh karyawan mampu memahami keinginan konsumen.

Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti Fisik (*tangibles*) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Keseragaman, penyediaan dan keadaan ruangan adalah merupakan bentuk bukti nyata dari kemungkinan akan tingginya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Jumbo Supermarket. Penelitian ini menggunakan empat item kuisisioner *tangibles* untuk mengukur persepsi konsumen mengenai perhatian yang

diberikan oleh pihak Jumbo Supermarket. Hasil tanggapan terhadap bukti fisik (*tangibles*) dapat dijelaskan pada Tabel 17 dan Tabel 18.

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah lokal mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(4 \times 2)] + [(20 \times 3)] + [(12 \times 4)] + [(3 \times 5)] / 200 = 0,66$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(4 \times 2)] + [(24 \times 3)] + [(8 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,66$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(2 \times 2)] + [(19 \times 3)] + [(15 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,70$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(1 \times 1)] + [(0 \times 2)] + [(17 \times 3)] + [(15 \times 4)] + [(7 \times 5)] / 200 = 0,73$$

Rata-rata IKP buah lokal mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,66 + 0,66 + 0,70 + 0,73) / 4 = 0,69$$

Tabel 17. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Lokal Jumbo Supermarket dari Aspek Bukti Fisik (*Tangibles*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Kerapian seragam yang digunakan karyawan.	1	4	20	12	3	0,66	Lebih Puas
2	Ketersediaan tempat parkir.	-	4	24	8	4	0,66	Lebih Puas
3	Pencahayaan di supermarket.	-	2	19	15	4	0,70	Lebih Puas
4	Kesejukan ruangan di supermarket.	1	-	17	15	7	0,73	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Tangibles</i>							0,69	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Perhitungan indeks kepuasan konsumen buah Impor mengenai bukti fisik (*tangibles*) adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(3 \times 1)] + [(5 \times 2)] + [(27 \times 3)] + [(3 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,58$$

2. Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(2 \times 1)] + [(14 \times 2)] + [(14 \times 3)] + [(8 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,57$$

3. Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(2 \times 2)] + [(22 \times 3)] + [(14 \times 4)] + [(2 \times 5)] / 200 = 0,68$$

4. Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1)] + [(7 \times 2)] + [(17 \times 3)] + [(12 \times 4)] + [(4 \times 5)] / 200 = 0,66$$

Rata-rata IKP buah impor mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)

$$\text{Nilai Indeks} = (0,58 + 0,57 + 0,68 + 0,66) / 4 = 0,62$$

Tabel 18. Indeks Kepuasan Konsumen Buah Impor Jumbo Supermarket dari Aspek Bukti Fisik (*Tangibles*)

No	Indikator	Skor					IKP	Kriteria
		TP	KP	P	LP	SP		
1	Kerapian seragam yang digunakan karyawan.	3	5	27	3	2	0,58	Puas
2	Ketersediaan tempat parkir.	2	14	14	8	2	0,57	Puas
3	Pencahayaan di supermarket.	-	2	22	14	2	0,68	Lebih Puas
4	Kesejukan ruangan di supermarket.	-	7	17	12	4	0,66	Lebih Puas
Rata-rata IKP Mengenai <i>Tangibles</i>							0,62	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 17 dan Tabel 18 menunjukkan bahwa rata-rata sebagian besar responden buah lokal maupun buah impor memberikan penilaian lebih puas terhadap bukti fisik (*tangibles*) yang dimiliki oleh Jumbo Supermarket dengan nilai indeks kepuasan konsumen buah lokal sebesar 0,69 sedangkan konsumen buah impor sebesar 0,62. Hal ini didukung oleh

kesejukan ruangan di supermarket dan pencahayaan yang ada di Supermarket.

Rata-rata Indeks Kepuasan Konsumen

Jumlah rata-rata IKP konsumen buah lokal dan konsumen buah impor dilihat dari kelima aspek dapat dilihat pada Tabel 19 dan Tabel 20.

Tabel 19. Rata-rata IKP Konsumen Buah Lokal

Aspek	IKP	
	Rata-rata	Kriteria
Keandalan (Reliability)	0,66	Lebih Puas
Cepat Tanggap (Responsiveness)	0,63	Lebih Puas
Jaminan (Assurance)	0,66	Lebih Puas
Empati (Emphaty)	0,60	Puas
Bukti Fisik (Tangibles)	0,69	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Berdasarkan pada Tabel 19, menunjukkan bahwa kriteria rata-rata IKP konsumen buah lokal dilihat dari kelima aspek dinyatakan puas sampai lebih puas. Ini artinya tingkat

kepuasan konsumen buah lokal dilihat dari kelima aspek sudah mencapai harapan bahkan melebihi harapan dari konsumen buah lokal.

Tabel 20. Rata-rata IKP Konsumen Buah Impor

Aspek	IKP	
	Rata-rata	Kriteria
Keandalan (Reliability)	0,67	Lebih Puas
Cepat Tanggap (Responsiveness)	0,57	Puas
Jaminan (Assurance)	0,65	Lebih Puas
Empati (Emphaty)	0,53	Puas
Bukti Fisik (Tangibles)	0,62	Lebih Puas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2014)

Berdasarkan pada Tabel 10, menunjukkan bahwa kriteria rata-rata IKP konsumen buah impor dilihat dari kelima aspek dinyatakan puas sampai lebih puas. Ini artinya tingkat kepuasan konsumen buah dilihat dari kelima aspek sudah mencapai harapan bahkan melebihi harapan dari konsumen buah lokal.

lokal dan buah impor berada pada kategori puas dan lebih puas terhadap terhadap pelayanan di Pasar Swalayan Jumbo.

Saran

Diantara keempat indikator yang ada di aspek empati (*emphaty*), perusahaan harus memperhatikan indikator yang pertama yaitu mengenai karyawan memberikan salam pada konsumen datang dan pergi. Hal tersebut sangat penting, untuk mempertahankan konsumen dan mendapatkan konsumen lebih banyak serta dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2007. Pasar Swalayan. <http://forum.depkop.go.id/index.php?catid=43&func=display&optio>

KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat berkaitan dengan kelima aspek keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*) maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen buah

- [n=com_glossary&search=mem_punyai&lag=id\](#). Diakses tanggal 19 Agustus 2014 pukul 17.46 WITA.
- Arikunto, S. 2006. Metodologi Penelitian Edisi Revisi Cetakan Keempat. PT. Gramedia, Jakarta.
- Irwan, H, 2003. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan Untuk Memenangkan Persaingan. PT. Elex Media Kumputindo. Jakarta.
- Kirom, B. 2009. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Pustaka Reka Cipta Jakarta
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran. Perspektif Asia. Andi, Yogyakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2000. Principle Of Marketing (Pursyadin. Terjemahan). Prince Hall International Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip dan A. B. Susanto. 2001 Manajemen Pemasaran di Indonesia, Salemba Empat. Jilid II. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Edisi Milenium, jilid 1, Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. Marketing Management. Salemba Empat. Jakarta
- Rahayu. 2005. *“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan PT Lion Air”* (Tesis). Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Siswadi. 2007. Penanganan Pasca Panen Buah–buahan dan Sayuran. INNOFARM: Jurnal Inovasi Pertanian, 6 (1): 68 – 71.
- Sugiyono. 2007. Statistika Untuk Penelitian. ALFABETA, cv. Bandung
- Suparyanto, 2006. Hasil Survei Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Rawat Jalan Puskesmas Idaman Di Kabupaten Jombang Tahun 2006. Available from : URL : <http://www.laporan-hasil-survei-indeks-kepuasan.html>. Ditelusuri tanggal 20 Agustus 2014.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta : Rineka Cipta.
- Surya, 2004. Buah Impor Semakin Mendominasi. Penerbit Harian Surya. Surabaya.
- Winiardi, 2002. “Sejarah Perkembangan Dalam Bidang Manajemen”, Mandur Maju, Bandung.
- Winiardi, 2002. “Sejarah Perkembangan Dalam Bidang Manajemen”, Mandur Maju, Bandung.