

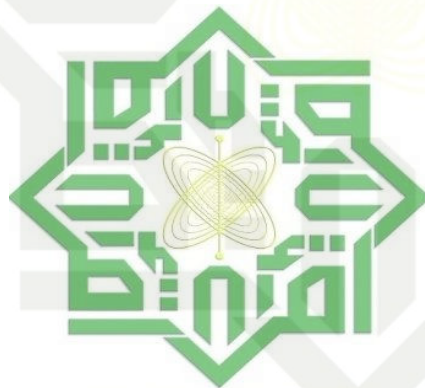
PENENTUAN KRITERIA PRIORITAS DARI KUALITAS PELAYANAN DI SUPERMARKET MILLENIUM LALAK MENGGUNAKAN METODE DEMATEL (*DECISION MAKING TRIAL AND EVALUATION LABOLATORY*)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik pada
Jurusan Teknik Industri

Disusun Oleh :

LISA
11652203612



UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2023

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





LEMBAR PERSETUJUAN

PENENTUAN KRITERIA PRIORITAS DARİ KUALITAS PELAYANAN DI SUPERMARKET MILLENIUM LALAK MENGGUNAKAN METODE DEMATEL (*DECISION MAKING TRIAL AND EVALUATION LABOLATORY*)

TUGAS AKHIR

LISA

11652203612

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 5 Juli 2023

Pembimbing I

Dr. Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, M.T
NIP.19911230 201903 1 013

Pembimbing II

Ismu Kusumanto, S.T., M.T
NIP. 19730412 200710 1 002

Ketua Jurusan

Misra Hartati, S.T., M.T
NIP.19820527 201503 2 002

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN

PENENTUAN KRITERIA PRIORITAS DARI KUALITAS PELAYANAN DI SUPERMARKET MILLENIUM LALAK MENGGUNAKAN METODE DEMATEL (*DECISION MAKING TRIAL AND EVALUATION LABOLATORY*)

TUGAS AKHIR

oleh:

LISA
11652203612

Telah dipertahankan didepan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 5 Juli 2023

Pekanbaru, 5 Juli 2023
Mengesahkan,

Dekan

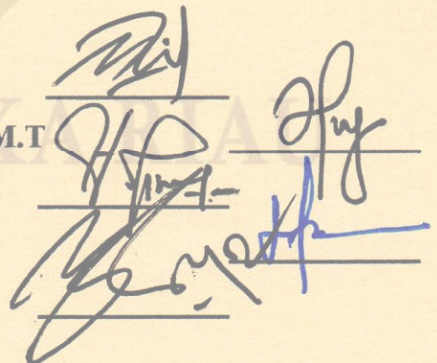
Ketua Jurusan


Dr. Hartono, M.Pd
NIP.19640301 199203 1 003


Misra Hartati, S.T., M.T
NIP.19820527 201503 2 002

DEWAN PENGUJI

Ketua : Muhammad Rizki, S.T., M.T., M.B.A
Sekretaris I : Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, M.T
Sekretaris II : Ismu Kusumanto, S.T., M.T
Anggota I : Suherman, S.T., M.T
Anggota II : Muhammad Nur S.T., M.Si





Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : LISA
 NIM : 11652203612
 Tempat/Tgl. Lahir : SEI BANYAK IKAN, 08 Desember 1997
 Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi
 Prodi : Teknik industri
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Penentuan kriteria prioritas dari kualitas pelayanan di
supermarket Millenium Lalak menggunakan metode
DEMATEL (Decision making trial and evaluation
laboratory)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

- 1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- 2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
- 3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
- 4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru,
 Yang membuat pernyataan



LISA
 NIM : 11652203612

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat: 5-6)

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggenggam langit dan bumi, dengan Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha besarannya

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputus asa yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkanatas karunia dan rizki yang melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak,

Ku persembahkan.....

Kepada kedua orang tuaku, Ayahku tercinta yang bernama Abu Soma dan Ibuiku tersayang yang bernama Nurma serta Abang, Kakak dan Adikku yang bernama Ajis Saputra, Iris Manto, Pida Rusnita dan Nita Isilvia yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluh kesahku serta selalu mendoakan saya dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat RidhoNya...

Pekanbaru, Juli 2023

UIN SUSKA RIAU

LISA
11652203612

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENENTUAN KRITERIA PRIORITAS DARI KUALITAS PELAYANAN DI SUPERMARKET MILLENIUM LALAK MENGGUNAKAN METODE DEMATEL (*DECISION MAKING TRIAL AND EVALUATION LABOLATORY*)

LISA
11652203612

Tanggal Sidang : 5 Juli 2023
Tanggal Wisuda :

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas No. 155 Pekanbaru

ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang diberikan suatu jasa kepada konsumen berdampak baik bagi perkembangan usaha. Penelitian ini dilakukan di Supermarket Millenium Lalak yang mana perusahaan tersebut merupakan sebuah bentuk bisnis ritel jasa yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen. Permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut yaitu belum diketahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang berakibatkan terjadinya ketidakpuasan yang dirasakan konsumen dan belum diketahui kriteria kualitas pelayanan yang akan ditingkatkan terlebih dahulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui indikator-indikator dari kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *importance performance analisis* (IPA) dan untuk mengetahui kriteria prioritas dari kualitas pelayanan dengan menggunakan metode DEMATEL (*Decision Making Trial and Evaluation Labolatory*). Penelitian ini diawali dengan pengumpulan data tentang tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan yang kemudian diolah menggunakan metode *importance performance analisis* untuk mengetahui gap yang terjadi antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan. Kemudian dilakukan pengumpulan data tentang keterkaitan antar kriteria yang telah diperoleh sebelumnya. Selanjutnya dilakukan perhitungan DEMATEL untuk mengetahui kriteria prioritas. Berdasarkan analisa yang dilakukan bahwa kesegaran produk seperti ikan, buah dan sayuran memiliki nilai terbesar yaitu 0,763 yang menunjukkan bahwa kriteria yang paling mempengaruhi kriteria yang lainnya dan sangat berpengaruh meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini merupakan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan bagi perusahaan. Agar hasil dari penelitian ini lebih dipercaya, ada baiknya penelitian selanjutnya melakukan metode yang berbeda

Kata Kunci: DEMATEL, *Importance Performance Analisis*, Indikator Kualitas Pelayanan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DETERMINING THE PRIORITY CRITERIA OF SERVICE QUALITY IN THE SUPERMARKET MILLENIUM LALAK USING THE DEMATEL (*DECISION MAKING TRIAL and EVALUATION LABOLATORY*)

LISA
11652203612

Date of Final Exam : 5 July 2023
Date of Graduation Cremony :

Industrial Engineering Department
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street No. 155 Pekanbaru

ABSTRACT

The quality of service provided by a service to consumers has a good impact on business development. This research was conducted at the supermarket millennium lalak where the company is a from of service retail business that directly interacts with consumers. The problem that occur in this company are that the indicators of service quality are not yet known which result in dissatisfaction felt by consumers and the criteria for service quality that will be improved are not yet known. The purpose of this study was to determine the indicators of service quality by using the importance performance analisis (IPA) method and to determine the priority criteria for service quality by using the DEMATEL (decision making trial and evaluation labolatory) method. This research begins with collecting data about the level of satisfaction and the level of importance of service quality which is then processed using the importance performance analisis method to find out the gap that occurs between the level of satisfaction and the level of importance of service quality. Furthermore, DEMATEL calculations are carried out to find out the priority criteria. Based on the analisis carried out, the freshness of products such as fish, fruit and vegetables has the greatest value, namely 0,763 which indicates that the criterion that most influences the other criteria and are very influential in improving service quality. In order for the results of this study to be more reliable, it is better for further research to use a different method

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah yang telah dilimpahkan-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Penentuan Kriteria Prioritas Dari Kualitas Pelayanan di Supermarket Millenium Lalak Menggunakan Metode DEMATEL (*Decision Making Trial and Evaluation Labolatory*)”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan saat ini.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penyelesaian Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan dan bimbingan dari semua pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Bapak Dr. Hartono M.Pd., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, ST, MT selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, ST, MT selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Bapak Nazarudin, ST, MT., selaku Koordinator Tugas akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, M.T dan Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penyusunan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bapak Suherman, S.T., M.T dan Bapak Muhammad Nur, S.T., M.Si selaku dosen penguji yang memberikan masukan dan koreksi demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada Penulis.
9. Teristimewa kepada kedua orangtua dan saudaraku tercinta yaitu, Ayah Abu Soma dan Ibu Nurma yang telah mendo'akan anaknya agar sukses dalam menuntut Ilmu Pengetahuan.
10. Abangku Ajis Saputra, Iris Manto serta Kakak dan Adikku Pida Rusnita dan Nita Isilpia terimakasih atas do'a dan dukungan yang diberikan.
11. Himpunan Mahasiswa Jurusan Teknik Industri. TEKNIK INDUSTRI KELUARGAKU, KELUARGAKU TEKNIK INDUSTRI. HIDUP TEKNIK INDUSTRI.
12. Teman-teman khususnya Teknik Industri kelas A dan rekan-rekan angkatan 2016, serta rekan-rekan Junior yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan dan kerjasamanya.
13. Pamanku Man Onco yang telah memberikan dukungan untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.
14. Para penyemangat setia dari Orang Terdekatku Muhammad Yahafi, Sahabatku Maimunah Harahap dan Ulfa Yani, kakakku Cie Sri. Terima kasih, terima kasih. Terima kasih untuk setiap waktumu, perhatianmu, dan semua yang engkau berikan. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikan kalian. Aamiin.
15. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penyusun menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu saran-saran serta kritikan yang konstruktif dengan maksud untuk menyempurnakan sangat diharapkan sekali. Dan kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan Penulis hanya dapat mengucapkan terima kasih, semoga bantuan bimbingan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Pekanbaru, Juli 2023
Penulis,

LISA
NIM. 11652203612

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR RUMUS.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Manajemen Jasa	7
2.1.1 Pengertian Jasa.....	7

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.2 Pentingnya Manajemen Jasa	9
2.1.3 Prinsip-prinsip Jasa	9
2.2 Layanan	10
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	11
2.2.2 Tujuan Umum dan Pelayanan Yang Berkualitas	16
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3.1 Dimensi Kepuasan Konsumen	17
2.3.2 Faktor Yang Dapat Menentukan Kepuasan Konsumen ..	18
2.3.3 Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen.....	19
2.4 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Jasa	20
2.5 Populasi Dan Sampel.....	20
2.5.1 Teknik Sampling.....	22
2.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	25
2.6 Supermarket	27
2.7 Metode <i>Importance Performance Analisis</i>	30
2.8 Metode DEMATEL	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Studi Pendahuluan	38
3.2 Studi Literatur	38
3.3 Identifikasi Masalah	38
3.4 Penetapan Tujuan.....	38
3.5 Pengumpulan Data.....	38
3.6 Pengolahan Data	40
3.6.1 Metode <i>Importance Performance Analisis</i>	40
3.6.2 Metode DEMATEL	41
3.7 Analisa	42
3.8 Penutup	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	43
4.1.1 Profil Perusahaan	43
4.2 Pengolahan Data	46
4.2.1 Uji Validitas	46
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.2.3 Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	64
4.2.4 Metode DEMATEL	68

BAB V ANALISA

5.1 Uji Validitas	73
5.2 Uji Reliabilitas	73
5.3 Metode IPA	73
5.4 Metode DEMATEL	75

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Macam-macam Teknik Sampling	22
2.2 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	33
2.3 Algoritma Metode DEMATEL	36
3.1 Metodologi Penelitian	37
4.1 Profil Perusahaan	43
4.2 Diagram Kartesius	67
4.3 Diagram Kausal	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Kuesioner Supermarket.....	3
4.1 Kriteria Kualitas Pelayanan	44
4.2 Data Kuesioner Tahap Pertama.....	45
4.3 Rekapitulasi Kuesioner Tahap Kedua.....	46
4.4 Rekapitulasi Uji Validitas	55
4.5 Rekapitulasi Reliabilitas.....	63
4.6 Rekapitulasi Tingkat Kesesuaian	66
4.7 Rata-Rata Kepuasan Dan Kepentingan.....	66
4.8 Rekapitulasi Kuadran	68
4.9 Matriks Rata-Rata	69
4.10 Matriks Normalisasi	69
4.11 Matriks Identitas.....	70
4.12 Matriks (I-Z).....	70
4.13 Matriks $(I - Z)^{-1}$	70
4.14 Matriks Total	71
4.15 Total Baris	71
4.16 Total Kolom.....	71
4.17 Pengaruh Masing-Masing Kriteria	72

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Sampel.....	21
2.2 Uji Validitas.....	26
2.3 Uji Reliabilitas.....	26
2.4 Tingkat Kesesuaian	31
2.5 Rata-Rata Kinerja	31
2.6 Rata-Rata Kepentingan	31
2.7 Sumbu X	32
2.8 Sumbu Y	32
2.9 Nilai K.....	35
2.10 Normalisasi Matriks	35
2.11 Matrik Total	35
2.12 Total Baris	35
2.13 Total Kolom.....	35

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat perkotaan kini dimanjakan oleh kehadiran berbagai pusat perbelanjaan. Bahkan lokasinya kadang-kadang disatu kawasan. Kondisi ini sangat menguntungkan karena masyarakat tinggal memilih gerai mana yang akan dimasukinya. Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel disini di definisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. Penggolongan bisnis ritel di Indonesia dapat dikategorikan berdasarkan sifatnya, yaitu ritel yang bersifat tradisional atau konvensional dan yang bersifat modern (Soliha, 2008)

Ritel tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Di tengah maraknya pusat perbelanjaan baru yang megah dan modern ritel tradisional ternyata masih mampu untuk bertahan dan bersaing, buktinya masyarakat masih memiliki budaya untuk tetap berkunjung dan berbelanja ke ritel tradisional. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel modern muncul dan berkembang seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat yang menuntut kenyamanan lebih dalam berbelanja. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara ritel tradisional dengan ritel modern. Perbedaan itu adalah ritel tradisional masih terjadi proses tawar menawar harga dan membayar langsung ke penjual, sedangkan pasar modern sudah tertera label harga dan konsumen mengambil sendiri barang di rak-rak dan langsung lalu membayar di kasir. Salah satu contoh dari pasar modern yaitu supermarket. (Mulyadi, 2021)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perkembangan supermarket di Asia Timur dan Tenggara umumnya sama dengan perkembangan supermarket di Amerika Latin. Supermarket di Asia Timur dan Tenggara dimulai lima hingga tujuh tahun di belakang Amerika Latin, tetapi mengalami pertumbuhan yang lebih cepat. Rata-rata pangsa ritel di Negara Asia Timur (Republik Korea, Taiwan, dan Filipina) 63% dan Asia Tenggara (Indonesia, Malaysia, dan Thailand) adalah sekitar 33%.

Supermarket mulai muncul di beberapa Negara berkembang pada tahun 2003 dengan sektor utama usaha ritel makanan. Berkembangnya supermarket pada waktu itu menyebabkan supermarket menjadi bagian dari pasar di Negara-negara berkembang seperti Korea Selatan, Thailand, Taiwan, dan Meksiko yang pada tahun 2003 pertumbuhannya sudah mencapai 50%. Namun awal berkembangnya supermarket dimulai dari Brazil dan Argentina dengan menguasai sekitar 60% pangsa pasar. Terdapat faktor pendukung lainnya yang menyebabkan supermarket dapat berkembang dengan cepat seperti pendapatan, antusiasme daya beli masyarakat, urbanisasi dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi. Berkembangnya supermarket di Negara berkembang dikarenakan oleh permintaan konsumen untuk pelayanan supermarket dan pasokan layanan supermarket. (Saragih, 2022)

Dalam membangun supermarket “Millenium” mengalami beberapa kendala atau permasalahan yang perlu diperbaiki diantaranya yaitu tidak diketahui indikator kualitas pelayanan sehingga terjadi ketidakpuasan yang dirasakan konsumen. Berikut adalah data kuesioner yang berisikan tentang tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dirasakan dan yang diinginkan konsumen “Supermarket Millenium”.



Tabel 1.1 Data Kuesioner Supermarket Millenium

Kriteria	Rata-Rata Kepentingan	Rata-Rata Kepuasan	Gap	Prioritas
Membekalkan informasi tentang produk yang sedang promosi	5.05	3.9	-1.15	
Tempat belanja yang bersih	5.75	4.6	-1.15	
Tata ruang supermarket nyaman dan rute yang efisien	5.45	4.4	-1.05	
Staff yang ramah sigap dan tanggap membantu konsumen	5.6	3.65	-1.95	1
Produk makanan seperti ikan, buah dan sayuran selalu segar	5.8	3.4	-2.4	2
Papan penunjuk lokasi produk yang jelas	5.65	4.3	-1.35	
Produk yang ditawarkan beragam dan mudah dicari	5.1	3.75	-1.35	
Pencatatan harga yang akurat dan struk pembayaran yang jelas	5.5	3.45	-2.05	3
Waktu antri pembayaran di kasir yang cepat	5.15	3.8	-1.35	
Peralatan belanja yang nyaman	5.05	4.05	-1	
Katalog produk yang menarik	4.4	3.5	-0.9	
Tata letak produk teratur	5.55	3.6	-1.95	4

Sumber: Supermarket Millenium, 2023)

Berdasarkan dari hasil tersebut maka ditentukan 4 prioritas tertinggi dari 12 kriteria yang sudah diuji tingkat kepentingan dan kepuasannya. Prioritas diambil dari 4 gap terbesar dari 12 kriteria berdasarkan pada Tabel 1.1 dengan asumsi bahwa semakin besar gap antara kepentingan dan kepuasan, maka perlu diprioritaskan indikator mana yang harus ditingkatkan. Berdasarkan permasalahan tersebut untuk terus melanjutkan usaha “Supermarket Millenium” perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan bertujuan untuk menarik datangnya konsumen yang baru dan mempertahankan konsumen yang sudah setia pada bisnis tersebut. Saat ini masyarakat sudah cukup cerdas untuk menyadari pelayanan kualitas yang baik. Oleh sebab itu, untuk memenuhi permintaan potensial dari berbagai konsumen, pihak manajemen supermarket sebaiknya berfokus untuk peningkatan pelayanan kualitas.

Penyampaian kualitas layanan dianggap sebagai faktor penting untuk dipertimbangkan dalam membangun kepuasan konsumen dan hubungan yang akan dibangun antara perusahaan dan konsumen (Amin & Isadalam Fida et al., 2020). Perusahaan dan organisasi berusaha keras untuk mencapai kepuasan konsumen yang tinggi, terutama perusahaan yang menganggap hubungan jangka panjang dengan konsumen sebagai aset (Fida et al., 2020). Kualitas pelayanan tradisional didefinisikan

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diinstitusikan oleh UIN Suska Riau. Ditulis oleh Syaiful Kasim Riau. Diinstitusikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. a. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai penilaian konsumen tentang keunggulan keseluruhan entitas (Parasuraman et al., 2005). Menurut Kuo et al., (2016). Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, pemosisian produk, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Kualitas pelayanan merupakan matriks terbaik untuk mengevaluasi kepuasan konsumen dalam perbandingan antara harapan dan persepsi layanan (Chaichinarat et al., 2018). Kualitas pelayanan bisa ditingkatkan dengan beberapa cara. (Mursyidah, 2021)

Untuk mengidentifikasi antar kriteria kualitas pelayanan ini, maka digunakan metode DEMATEL (*decision making trial and evaluation laboratory*). Karena dari berbagai macam kriteria kualitas pelayanan yang diinginkan konsumen, manajemen tidak dapat meningkatkan indikator-indikator tersebut secara bersamaan. Oleh karena itu, metode dematel dapat digunakan dalam sistem pengambilan keputusan secara efektif dengan cara memahami keterkaitan antara atribut-atribut sistem. Fungsi lain dari metode dematel adalah menentukan pengaruh antar atribut dalam sistem dengan cara melakukan gambaran persepsi dasar hubungan konstektual antar atribut-atribut dari sistem berdasarkan nilai yang diperoleh sehingga mengetahui hubungan langsung atau tidak langsung antar atribut. (Kustiyahningsih, 2021)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam mengatasi masalah kriteria prioritas kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian yang dilakukan pada supermarket Millenium adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengetahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen “Supermarket Millenium Lalak” saat ini?
2. Bagaimana menentukan indikator-indikator kualitas pelayanan yang akan ditingkatkan “Supermarket Millenium Lalak”?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat dideskripsikan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen Supermarket Millenium Lalak
2. Untuk menentukan kriteria prioritas kualitas pelayanan yang akan ditingkatkan “Supermarket Millenium Lalak”?

1.4

Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
Dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan dari bangku kuliah serta dapat meningkatkan wawasan terutama mengenai kualitas pelayanan.
2. Bagi Perusahaan
Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai dasar untuk mengambil keputusan pemecahan masalah terutama dari kualitas pelayanan dari kriteria prioritas pelayanan

1.5

Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan dalam masalah pada penelitian ini. Hal ini bertujuan agar penelitian dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Berikut adalah batasan masalah tersebut:

1. Data yang di gunakan pada penelitian ini data tahun 2023.
2. Penelitian ini hanya dilakukan sampai pada tahap usulan.

1.6

Sistematika Penulisan

Skripsi ini tersusun kedalam enam bagian, yaitu pendahuluan, landasan teori, metodologi, pengumpulan dan pengolahan data, analisa data serta kesimpulan.

Sistematika penulisan penelitian ini tersusun sebagai berikut:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat tentang landasan teori dasar pelaksanaan penelitian. Berisi tentang teori dan pembahasan mengenai manajemen jasa, layanan, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, populasi dan sampel, uji validitas dan reliabilitas, supermarket, *diagram importance performance analysis*, dan teori tentang metode penelitian yang digunakan yaitu metode DEMATEL (*Decision Making Trial and Evaluating Laboratory*).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menjelaskan mengenai langkah-langkah yang digunakan dalam proses penelitian yang dilakukan dalam pelaksanaan tugas akhir.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan data berisikan tentang data-data yang diperoleh dilapangan, data ini nantinya digunakan untuk diolah sesuai dengan masalah yang sedang diteliti, sedangkan pengolahan data berisikan tentang hasil kuesioner.

BAB V ANALISA DATA

Memuat analisa dari hasil pengumpulan kuesioner. Analisa keputusan dengan menggunakan DEMATEL dengan perhitungan ini didapatkan prioritas kriteria dan juga hubungan antar kriteria yang sudah ditentukan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran dari penulis yang perlu untuk diteliti lebih lanjut.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Jasa

Menurut M.N Nasution (2004) “Manajemen jasa adalah pendekatan keseluruhan dari perusahaan dalam mewujudkan tercapainya kualitas pelayanan atau jasa sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen, dan merupakan faktor pendorong utama dalam operasi bisnis”. Perasaan puas, senang, bahagia, nyaman adalah sesuatu yang diharapkan oleh konsumen sehubungan dengan jasa. Pemenuhan rasa puas tersebut dapat melalui jasa transportasi, tempat rekreasi, penginapan, hingga pelayanan yang mengiringi sebuah produk yang ditawarkan. Oleh karena itu jasa bersifat *intangible*, tidak mudah bagi perusahaan untuk memberikan jasa yang terbaik bagi konsumen. (Muchlas, 2015)

2.1.1 Pengertian Jasa

"Setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu” (Kotler, 1994). Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, tetapi tidak diasakan dari pada dimiliki dimana konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Namun kondisi cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa sangat tergantung pada penilaian konsumen terhadap kinerja atau penampilan yang ditawarkan oleh pihak produsen (perusahaan barang atau jasa). Menurut Fandy Tjipto (1995), jasa mempunyai 4 karakteristik yaitu *Intangibility*, *Inseparability*, *Variability*, dan *Perishability*.

Intangibility (tidak dapat dilihat, dirasakan). Jasa bersifat *intangibility* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum konsumen mencoba atau membeli. Karena sifat jasa ini tidak dapat di sentuh dan tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diinformasikan atau dipahami secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

ronani. Maka dalam hal ini perusahaan jasa menghadapi tantangan untuk memberikan bukti-bukti fisik dan perbandingan pada penawaran abstraknya. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) jasa pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari penyedia. Hal ini bisa dilihat dari faktor-faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dalam pemberian perhatian khususnya pada tingkat partisipasi atau keterlibatan konsumen dalam proses jasa misalnya aktivitas dan peran serta pelajar atau mahasiswa dalam pendidikan di sekolah maupun di perguruan tinggi. *Variability* (keragaman) jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardized out-put* artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Dalam hal ini penyedia jasa dapat menggunakan 3 pendekatan dalam pengendalian kualitas jasa yaitu: Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personalis yang baik, melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa.

Dalam hal ini dapat dilakukan dalam diagram jalur dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor potensial yang dapat menyebabkan kegagalan dalam jasa, dan memantau kepuasan konsumen melalui sistem sarana dan keluhan *survey* konsumen sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi. *Perishability* (tidak tahan lama). Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dan jasa sangat bervariasi dalam melakukan pemasaran jasa yang dipengaruhi faktor musiman. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen kualitas dalam organisasi jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen. Secara umum dikatakan bahwa kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan. (Wibowo, 2014)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.2 Pentingnya Manajemen Jasa

Adapun beberapa pentingnya manajemen jasa diantaranya:

1. Jasa Sebagai Keunggulan Kompetitif

Jasa merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang saat ini digunakan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan strategi.

2. Jasa Sebagai Penentu Jumlah Konsumen

Manajemen jasa yang buruk cenderung akan menyebabkan hilangnya konsumen bagi perusahaan.

3. Jasa Sebagai Penentu Profit

Berkurangnya jumlah konsumen dengan sendirinya akan menyebabkan berkurangnya profit yang akan diperoleh perusahaan, karena perusahaan tidak bisa mempertahankan konsumennya untuk tetap loyal pada perusahaan, disebabkan jasa yang disajikan buruk.

2.1.3 Prinsip-prinsip Jasa

Konsumen disetiap tahapan kegiatan konsumen, maka perusahaan dapat melakukan upaya untuk mengelolah jasa dengan lebih baik, tentunya dengan menerapkan prinsip-prinsip jasa yang penting untuk dilakukan. Karl Albrecht dalam Muchlas (2015) berpendapat bahwa terdapat tiga prinsip jasa yang perlu dilakukan perusahaan sehubungan dengan manajemen jasa. Ketiga prinsip tersebut dinamakan Segitiga jasa dari Albrecht yang terdiri dari:

1. Strategi pelayanan yang baik (*well-conceived service strategy*)

Satu prinsip dasar yang harus dipahami oleh perusahaan jasa adalah bahwa setiap orang ingin diperlakukan dengan baik, oleh karena itu, sudah selayaknya perusahaan menerapkan strategi pelayanan yang baik yang sesuai dengan tingkat kenyamanan dan keleluasaan konsumen, tentunya tanpa mengabaikan sistem pengawasan yang perlu dilakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penempatan orang-orang yang berorientasi konsumen untuk berhadapan dengan konsumen (*customer-oriented front-line people*).

Agar pelayanan atau jasa yang baik ditunjukkan dan dapat dirasakan oleh konsumen, maka perusahaan perlu menempatkan para petugas di depan (*front-liner*) dari orang-orang yang memiliki orientasi terhadap konsumen, yaitu orang-orang yang menyadari bahwa konsumen merupakan aset yang begitu penting bagi perusahaan sehingga perlakuan yang baik bagi konsumen sangat perlu dilakukan.

Penerapan sistem pelayanan yang bersahabat (*customer-friendly systems*).

Konsep sistem pelayanan yang bersahabat ini cukup sederhana. Jika konsumen merasa bahwa perusahaan telah memperlakukan mereka secara bersahabat, maka perusahaan tidak perlu bersusah payah untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produk mereka. Sebagaimana halnya seorang sahabat kepada sahabat lainnya, jika dia memiliki keperluan, maka sahabatnya lah yang pertama kali akan didatangi. Jika perusahaan telah mampu melakukan manajemen jasa yang menerapkan sistem pelayanan yang bersahabat ini, tentunya konsumen tidak hanya akan membeli produk dari perusahaan, akan tetapi juga loyal kepada perusahaan. (Muchlas, 2015)

2. Layanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler dalam (kanedi, 2017) juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. (Kanedi, 2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan ialah "usaha melayani kebutuhan orang lain". Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau konsumen yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar pemberian pelayanan terbaik.

Pengertian lebih luas disampaikan bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan konsumen. (Kanedi, 2017)

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Suryaningtyas, et al, 2013) kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan atau instansi, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. (Boediono, 2009) Suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen. Interaksi strategis pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta konsumen akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka (Tjiptono, 2008) menerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut: (Angraini, 2021)

1. Atribut layanan konsumen
 Yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa
 Merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan konsumen. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap konsumen dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.
3. Sistem umpan balik dan kualitas layanan konsumen
 Yaitu dengan memahami persepsi konsumen terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan konsumen.
4. Implementasi
 Adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.
 Gummesson yang dikutip oleh (Tjiptono, 2012) Dalam (Angraini, 2021) mengidentifikasi sumber kualitas yang menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1. *Production Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kerjasama antara departemen produksi atau operasi dan departemen pemasaran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Delivery Quality

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat ditentukan oleh janji perusahaan terhadap konsumen.

Desain Quality

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan sejak pertama kali jasa tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Relationship Quality

Menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan stakeholder (konsumen, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan)

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh (Tjiptono, 2011) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut: (Angraini, 2021)

1. Reliabilitas atau kehandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Empati (*Empathy*)

Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

Masing-masing dimensi memiliki indikator-indikator yang akan dijelaskan sebagai berikut: (Angraini, 2021)

1. *Realibility* (kehandalan)

Kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikatornya adalah:

- a. Kecermatan petugas dalam melayani
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
- c. Kemampuan petugas atau aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

Responsivess (ketanggapan)

Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikatornya adalah:

- a. Merespon setiap konsumen atau pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas atau aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
- c. Petugas atau aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
- d. Petugas atau aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
- e. Petugas atau aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
- f. Semua keluhan konsumen direspon oleh petugas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Assurance (jaminan)

Kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah:

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

Emphaty (Empati)

Sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

Indikatornya adalah:

- a. Mendahulukan kepentingan konsumen/pemohon
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah
- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap konsumen

5. *Tangible* (berwujud)

Kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Indikatornya adalah:

- a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani konsumen
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas atau aparatur dalam melakukan pelayanan
- e. Kemudahan akses konsumen dalam permohonan pelayanan
- f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Tujuan Umum dan Pelayanan yang Berkualitas

Adapun tujuan umum dan pelayanan yang berkualitas menurut Monther Keller (1990): (Ruslim, 2016)

1. Pemeliharaan konsumen (*customer maintenance*). Pemberi layanan memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memuaskan konsumennya dan setiap keluhan konsumen ditanggapi dengan baik sebagai evaluasi dalam memperbaiki pelayanan kepada konsumen yang lebih baik.
2. Mengingatkan konsumen (*customer retention*). Pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang berkualitas dari suatu perusahaan akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk membeli barang atau jasa perusahaan yang memberikan pelayanan tersebut.
3. Mengembangkan konsumen baru (*new customer developmet*). Pelanggan yang menerima pelayanan yang berkualitas akan mengajak orang lain untuk ikut membeli produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan mendapatkan penambahan konsumen.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan konsumen. Pelayanan yang baik menjadi penting dalam operasional perusahaan, karena itu perusahaan harus berusaha mengadaptasi setiap perubahan lingkungan dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang terjadi. Usaha mewujudkan kepuasan konsumen tidaklah mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Performa suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap minat konsumen sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya, strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu penyedia jasa.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan konsumen menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapanharapannya”. Sedangkan Daryanto dan Setyobudi (2014) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. (Sumarsid, 2022)

3.1 Dimensi Kepuasan Konsumen

Menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry yang dikutip dalam (Lovelock at el. 2004), dimensi kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi beberapa macam yaitu: (Ruslim, 2016)

1. Harapan (*expectations*)

Kemampuan perusahaan dengan pemberian penyesuaian (*customize*) kepada konsumen untuk suatu produk atau jasa yang diinginkan konsumen.

2. Penyampaian produk atau jasa yang dirasakan (*perceived delivery product or service*)

Kemampuan pelayanan kepada konsumen pada saat penjualan produk atau jasa.

3. Konfirmasi atau diskonfirmasi (*confirmation or disconfirmation*)

Kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan agar konsumen tidak kecewa dan merasa puas terhadap produk atau jasa yang sesuai dengan janji perusahaan atau sebaliknya.

4. Perilaku mengeluh (*complaining behavior*)

Kapasitas perusahaan untuk menjelaskan umpan balik konsumen yang negatif menjadi positif.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.2.2 Faktor yang Dapat Menentukan Kepuasan Konsumen

Ada beberapa faktor yang menentukan kepuasan konsumen, diantaranya:

(Ruslim, 2016)

1. *Product and service features*

Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.

2. *Consumer emotions*

Perasaan konsumen juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

3. *Attributes for service success or failure*

Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika konsumen dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

4. *Perceptions of equity or fairness*

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan konsumen lain, apakah konsumen lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.

5. *Other consumers, family members and coworkers*

dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan konsumen kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan konsumen lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.3.3

Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara, menurut Kotler (2003): (Ruslim, 2016)

1. Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*)

Suatu organisasi yang berpusat pada konsumen, akan memudahkan konsumen dalam memberi masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menampung masukan dan keluhan dari para konsumennya adalah dengan menyediakan kotak saran, menyebarkan kuesioner dan menyediakan *customer hotline*.

2. Survei kepuasan konsumen (*Customer satisfaction surveys*)

Survei ini dapat dilakukan dengan menghubungi konsumen melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung. Dengan cara ini, perusahaan mendapat *feedback* secara langsung dari konsumen serta membangun hubungan dengan konsumennya.

3. *Ghost shopping*

Perusahaan menugaskan seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun pesaing perusahaan.

4. Analisis konsumen yang hilang (*Lost customer analysis*)

Analisis ini bertujuan untuk mempelajari mengapa konsumen berhenti menggunakan jasa dan produk perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal tersebut, perusahaan dapat melakukan *exit interview*. Perusahaan juga harus mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan konsumen (*customer loss rate*) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan konsumennya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Jasa

Bahwa hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen adalah terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dengan pelayanan, kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan konsumen, dan juga mendukung harga yang lebih tinggi. Jika suatu perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan konsumennya, dan dapat juga disebut perusahaan berkualitas. Dapat dikemukakan bahwa kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang dekat dengan kualitas, semakin puas seorang konsumen, maka akan menaikkan pendapatan perusahaan. (Ruslim, 2016)

2.5 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Cooper dan Emory (1997) mengemukakan populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat kita gunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Menurut Kuncoro (2003) menyatakan populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Selain itu Nazir (1999) juga mengatakan populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi adalah kumpulan dari ukuran-ukuran tentang sesuatu yang akan kita buat inferensinya. Populasi adalah berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya maupun bendanya. Somantri (2006), populasi merupakan keseluruhan elemen, atau unit elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian.

Gasperz (1989) juga mengatakan populasi tidak lain adalah keseluruhan unsur-unsur yang akan diteliti atau yang akan dijadikan sebagai objek penelitian, dan tentunya kesimpulan yang ditarik hanya berlaku untuk keadaan dari objek-objek tersebut. Sugiyono (1997) dikutip Riduwan (2003) memberikan pengertian bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Riduwan dan Tita Lestari (1997) mengatakan bahwa “Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian.” Jadi populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian dapat pula diartikan sebagai keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Unit analisis adalah unit atau satuan yang akan di teliti atau di analisis.

Sampel Somantri (2006) mengemukakan sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Furqon (1999), sebagian anggota dari populasi disebut sampel. Pasaribu (1975) berpendapat, sampel itu adalah sebagian dari anggota-anggota suatu golongan (kumpulan objek-objek) yang dipakai sebagai dasar untuk mendapatkan keterangan (atau menarik kesimpulan) mengenai golongan (kumpulan itu). Sugiyono (1997) dikutip Riduwan (2003) memberikan pengertian bahwa “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Arikunto (1998) dikutip Riduwan (2003) mengatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi”. Jadi bisa ditarik kesimpulan sampel adalah sebagian data yang merupakan objek dari populasi yang diambil. (Sinaga, 2014)

Berikut adalah persamaan sampel: (Purnomo, 2015)

$$n = \frac{1}{1+N(e^2)} \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : ukuran populasi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

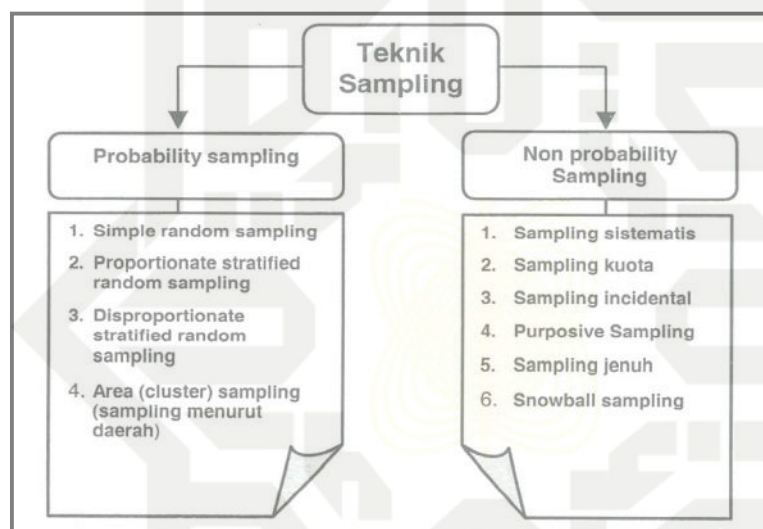
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

error level (tingkat kesalahan). Kesalahan sampel yang masih bisa ditolelir sebesar 20%

2.1 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara skematis, teknik macammacam sampling ditunjukkan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Macam-macam Teknik Sampling (Sumber: Sugiyono, 2013)

Dari gambar tersebut terlihat bahwa, teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Probability sampling* meliputi, *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. *Non-probability sampling* meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling (sampling menu rut daerah)*.

a. Simple Random Sampling

Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

b. Proportionate Stratified Random Sampling

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Suatu organisasi yang mempunyai pegawai dari latar belakang pendidikan yang berstrata, maka populasi pegawai itu berstrata. Misalnya jumlah pegawai yang lulus $S_1 = 45$, $S_2 = 30$, $STM = 800$, $ST = 900$, $SMEA = 400$, $SD = 300$. Jumlah sampel yang harus diambil meliputi strata pendidikan tersebut.

c. Disproportionate Stratified Random Sampling

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional. Misalnya pegawai dari unit kerja tertentu mempunyai; 3 orang lulusan S_3 , 4 orang lulusan S_2 , 90 orang S_1 , 800 orang SMU, 700 orang SMP, maka tiga orang lulusan S_3 dan empat orang S_2 itu diambil semuanya sebagai sampel. Karena dua kelompok ini terlalu kecil bila dibandingkan dengan kelompok SMU, dan SMP.

d. Cluster Sampling (Area Sampling)

Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.

Nonprobability Sampling

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*.

a. *Sampling Sistematis*

Sampling Sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Misalnya anggota populasi yang terdiri dari 100 orang. Dari semua anggota itu diberi nomor urut, yaitu nomor 1 sampai dengan nomor 100. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dari bilangan tertentu, misalnya kelipatan dari bilangan lima. Untuk ini maka yang diambil sebagai sampel adalah nomor 1, 5, 10, 15, 20, dan seterusnya sampai 100.

b. *Sampling Kuota*

Sampling Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Sebagai contoh, akan melakukan penelitian tentang pendapat masyarakat terhadap pelayanan masyarakat dalam urusan Ijin Mendirikan Bangunan. Jumlah sampel yang ditentukan 500 orang. Kalau pengumpulan data belum didasarkan pada 500 orang tersebut, maka penelitian dipandang belum selesai, karena belum memenuhi kuota yang ditentukan.

c. *Sampling Insidental*

Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Sampling Purposive*

Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi .

e. *Sampling jenuh*

Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

f. *Snowball Sampling*

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

2.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas berdasarkan kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu (Ardianto, 2011). Dengan kata lain, validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fungsi ukurnya. Validitas dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan alat ukur tersebut. Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Uji validitas penting untuk mengukur seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukur atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang dapat diukur. Teknik kolerasi yang digunakan adalah kolerasi *Product Moment*, yaitu membandingkan hasil probabilitas koefisien korelasi $r(xy)$ dengan taraf signifikan 5% atau (0,05).

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{((n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2) \cdot (n \sum_{i=1}^n y_i^2 - (\sum_{i=1}^n y_i)^2))}} \dots\dots\dots(2.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y
- x_i : Nilai data ke i untuk variabel ke X
- y_i : Nilai data ke i untuk variabel ke Y
- n : Banyaknya data

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh ataupun dari kuesioner yang dibagikan. Jawaban dari kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan pada pengukuran reliabilitas ini adalah menggunakan teknik Cronbach Alpha yaitu uji koefisien terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian. Jika varian dan kovarian dari komponen-komponen tidak sama maka tidak dapat menghilangkan satu dengan yang lainnya (Pujihastuti, 2010) (Yogiyanto, 2005). Pada penelitian uji reliabilitas yang digunakan yaitu menggunakan alat ukur dengan teknik Alpha Cronbach dari (Yusup, 2018). (Teni, 2021)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots\dots(2.3)$$

Keterangan :
 r_{11} : Koefisien reliabilitas
 n : Banyaknya soal
 S_i^2 : Variasi skor soal ke i
 S_t^2 : Variasi skor total

Penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk menguji setiap butir pertanyaan agar dapat dipercaya dan digunakan dalam angket. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil $> 0,60$ = reliabel dan hasil $< 0,60$ = tidak reliabel (Yusup, 2018). Adapun taraf signifikannya adalah 95% maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel, maksudnya yaitu untuk mencari data yang benar, maka penulis menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%. (Teni, 2021)

2.6 Supermarket

Supermarket mulai muncul di beberapa negara berkembang pada tahun 2003 dengan sektor utama usaha ritel makanan. Berkembangnya supermarket pada waktu itu menyebabkan supermarket menjadi bagian dari pasar di Negara-negara berkembang seperti Korea Selatan, Thailand, Taiwan, dan Meksiko yang pada tahun 2003 pertumbuhannya sudah mencapai 50%. Namun awal berkembangnya supermarket dimulai dari Brazil dan Argentina dengan menguasai sekitar 60% pangsa pasar. Berkembangnya supermarket di Negara berkembang dikarenakan oleh permintaan konsumen untuk pelayanan supermarket dan pasokan layanan supermarket. Lebih lanjut juga, terdapat faktor pendukung lainnya yang menyebabkan supermarket dapat berkembang dengan cepat seperti pendapatan, antusiasme daya beli masyarakat, urbanisasi dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi.

Di Indonesia, ritel modern sendiri hadir pertama kali pada tahun 1962 yang diandai dengan didirikannya Toserba Sarinah. Kemudian, sekitar tahun 1970-1980

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan awal sejarah ritel asing mulai masuk ke Indonesia dan berkembang hingga tahun 1990. Walaupun demikian, supermarket lokal sudah mulai populer sejak tahun 1970, walaupun hanya terpusat di kota-kota besar. Perkembangan supermarket lokal terus bertumbuh dengan cepat dan dapat mencapai 85% per tahunnya di tahun 1977-1992. Pertumbuhan tersebut menyebabkan persaingan antara supermarket lokal dan ritel modern sehingga mendorong munculnya supermarket di kota-kota kecil. Ritel modern di Indonesia berkembang pesat pada tahun 2005-2013 dengan rata-rata 19% per tahun. Meningkatnya pertumbuhan ritel dipengaruhi oleh peningkatan populasi, kekuatan daya beli masyarakat dan permintaan kebutuhan akan produk yang dikonsumsi. Faktor pertambahan pendapatan pada masyarakat kelas menengah juga yang mengakibatkan munculnya permintaan terhadap supermarket di wilayah perkotaan sehingga meningkatkan pertumbuhan ritel. Namun, pertambahan pendapatan tidak sepenuhnya mendukung pertumbuhan ritel di perkotaan karena terdapat perbedaan kelas sosial ekonomi

Adanya perbedaan kelas sosial ekonomi membantu bertumbuhnya supermarket lokal karena dengan hadirnya supermarket lokal dapat membantu menjembatani masyarakat kelas menengah bawah untuk merasakan modernisasi terutama dalam sektor makanan dan pengadaan pangan. Supermarket juga melakukan strategi penangkasan harga agar masyarakat kelas bawah dapat mengakses supermarket. Berkembangnya tempat berbelanja termasuk supermarket di kota-kota kecil merupakan akibat meningkatnya persaingan antara supermarket lokal dan asing yang berlomba untuk mencari konsumen baru dan perang harga. Hal itu mengakibatkan perubahan pola belanja konsumen dari tradisional menjadi modern yang menyebabkan bertambahnya tempat berbelanja.

Adanya perbedaan harga antar supermarket juga berkontribusi pada pemilihan supermarket bagi kelompok kelas sosial ekonomi yang berbeda. Selain itu, terdapat preferensi individu yang berhubungan dengan pemilihan supermarket misalnya varian harga yang dapat menjadi pilihan untuk berbelanja. Perbedaan tersebut sangat berpengaruh besar terhadap pembelian di supermarket dan dijadikan sebagai alat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

promosi. Di lain sisi, dalam interaksinya dengan konsumen, supermarket lokal akan lekat dengan perempuan. Dalam tatanan rumah tangga, perempuan memainkan peran ketahanan pangan. Perempuan sangat penting dalam produksi, pengolahan, dan distribusi pangan dirumah tangga. Perempuan melakukan sebagian besar dari pekerjaan dari mengolah dan menyiapkan makanan pada tingkat rumah tangga. (Saragih, 2022)

Selain supermarket, dikenal pula minimarket, midimarket, dan hipermarket. Perbedaan istilah minimarket, supermarket dan hypermarket terletak pada format, ukuran, dan fasilitas yang diberikan.

1. Minimarket berukuran kecil (100 m² s/d 999 m²) Minimarket mirip seperti toko kelontong yang menjual segala macam barang dan makanan. Namun minimarket menggunakan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir.
2. Midimarket Ukuran midimarket lebih besar sedikit daripada minimarket. Midimarket sudah menyediakan daging dan buah-buahan. Waktu operasional midimarket 24 jam. Contoh midimarket adalah Alfamidi dan Hero.
3. Supermarket berukuran sedang (1.000 m² s/d 4.999 m²) Supermarket menyediakan lebih banyak barang, mulai dari kebutuhan sehari-hari, sepeda, alat elektronik, furniture, baju, ikan, daging, buah-buahan, dan minuman. Beberapa supermarket yang ada di Indonesia antara lain, Giant Supermarket, Carrefour Express, Foodmart, Super Indo, dan lain-lain.
4. Hypermarket berukuran besar (5.000 m² ke atas) supermarket yang besar, termasuk lahan parkirnya. Menurut Levy dan Weitz dalam bukunya “*Retailing Management*” (2007), hypermarket memiliki kombinasi produk makanan sebesar 60% sampai dengan 70% dan barang dagangan umum sebesar 30% sampai dengan 40%. Sebagai contoh Carefour, Hypermart, Giant Hypermarket, dan lain-lain.
5. Grosir berukuran besar (5.000 m² ke atas) Pusat grosir menyediakan semua barang baik dari kebutuhan sehari-hari sampai alat elektronik. Barang-barang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut umumnya dijual secara grosir. Ada bongkar muat di dalam pusat grosir. Contohnya Indo Grosir dan Lotte Mart.

6. Mall adalah jenis dari pusat perbelanjaan yang secara arsitektur berupa bangunan tertutup dengan suhu yang diatur dan memiliki jalur untuk berjalan yang teratur sehingga berada diantara antar toko-toko kecil yang saling berhadapan. Karena bentuk arsitektur bangunannya yang melebar (luas), umumnya sebuah mall memiliki tinggi tiga lantai. Di dalam sebuah mall, penyewa besar (anchor tenant) terdapat lebih dari satu (banyak). Contoh dari sebuah standar mall adalah Cinere Mall dan Blok M Mall. Jika ditinjau dari lokasi, mall sebenarnya diperuntukkan berada didekat lokasi perumahan. Maka dari itu, bangunan mall cenderung melebar. Karena lokasinya yang dekat perumahan, harga tanah relatif lebih murah daripada pembangunan sebuah plaza, yang berada di lokasi pusat kota. Dalam bangunan mall juga umumnya terdapat atrium.

7. Pusat Perbelanjaan adalah sekelompok penjual eceran dan usahawan komersil lainnya yang merencanakan, mengembangkan mendirikan memiliki, dan mengelola sebuah properti tunggal. Pada lokasi properti ini berdiri disediakan juga tempat parkir. Tujuan dan ukuran dari pusat perbelanjaan ini umumnya ditentukan dari karakteristik pasar yang dilayani. Konfigurasi umum dari pusat perbelanjaan adalah gedung tertutup dan pasar terbuka. (Damayanti, 2020)

2. Metode *Importance Performance Analysis*

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebuah teknik analisis deskriptif yang diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977. *Importance Performance Analysis* adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil dari penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja akan diperoleh suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh penyedia jasa. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Rumus yang digunakan untuk menentukan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut (Supranto, 2011): (Kurniawan, 2022)

$$TKi = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (2.4)$$

Keterangan:

TKi : Tingkat Kesesuaian

Xi : Skor Penilaian Tingkat Kinerja

Yi : Skor Penilaian Tingkat Kepentingan

Kemudian menghitung nilai rata-rata untuk setiap atribut dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum x_i}{n} \dots\dots\dots (2.5)$$

$$Y = \frac{\sum y_i}{n} \dots\dots\dots (2.6)$$

Keterangan:

X Skor rata-rata tingkat kinerja

Y Skor rata-rata tingkat kepentingan

n Jumlah banyak responden

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diagram kartesius yaitu suatu ruang yang terbagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang saling tegak lurus pada titik (X,Y). Titik tersebut diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{k} \dots\dots\dots(2.7)$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{k} \dots\dots\dots(2.8)$$

Keterangan:

X : batas sumbu x

Y : batas sumbu y

k : banyaknya atribut atau pertanyaan

Berikut ini adalah penjelasan tentang tiap-tiap kuadran yang ada pada diagram kartesius:

1. Kuadran I (*Concentrate These*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan konsumen (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, dan faktor-faktor yang dianggap konsumen sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul dimata konsumen.

3. Kuadran III (*Low Priority*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat

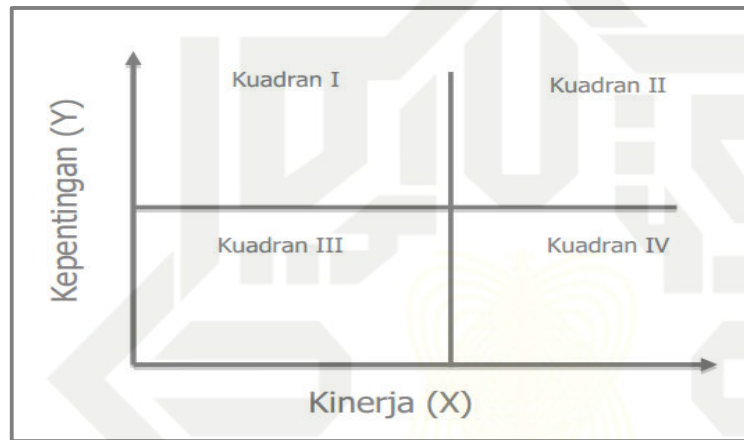
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil.

4. Kuadran IV (*Possible Overkill*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.



Gambar 2.2 Matriks *Importance Performance Analysis*
(Sumber: Suhendra, 2016)

2.8 Metode DEMATEL (*Decision Making Trial and Evaluation Laboratory*)

Metode DEMATEL diciptakan antara tahun 1972 dan 1976 oleh *Science and Human Affaird Program of the Battelle Memorial Institute of Genawa*. Metode ini dapat digunakan dalam sistem pengambilan keputusan secara efektif dengan cara memahami keterkaitan antara atribut-atribut sistem. (Buyukozkan dan Cifci, 2012). Fungsi lain dari metode DEMATEL adalah menentukan pengaruh antar atribut dalam sistem dengan cara melakukan gambaran persepsi dasar hubungan konstektual antar atribut-atribut dari sistem berdasarkan nilai yang diperoleh sehingga mengetahui hubungan langsung atau tidak langsung antara atribut (Golcuk dan Baykasoglu, 2016). Metode DEMATEL dapat digunakan dalam berbagai bidang pemecahan masalah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengambilan, mulai dari proses bisnis manajemen rantai pasok (Horng et al., 2014). (Kustiyahningsih, 2021)

Langkah-langkah penggunaan metode DEMATEL adalah sebagai berikut (Ranjbar et al., 2014): (widiasih, 2017)

1. Menentukan intensitas hubungan relasi antar faktor (skala evaluasi). Dalam tahap ini dilakukan penilaian terhadap intensitas hubungan relasi antar faktor untuk menentukan dampak dan efektivitas relasi. Ukuran skala penilaian berbeda-beda tergantung maksud dan tujuan peneliti. Semakin besar skala penilaian semakin besar probabilitas dalam expert menilai kuisisioner DEMATEL. Skala penilaian yang dicontohkan dalam Ranjbar et al. (2014) adalah 0 sampai 4, nilai 0 memiliki arti tidak memiliki hubungan relasi dan akibat (no relation and effect), 1 memiliki arti *low effect*, 2 memiliki arti *medium effect*, 3 memiliki arti *high effect*, dan 4 memiliki arti *very high effect*.
2. Membuat matriks hubungan langsung (*direct-relation matrix*) Dengan penilaian dari *expert* mengenai hubungan dan dampak kemudian dibuat daftar ke dalam matrik hubungan langsung. Pada tahap ini apabila *expert* yang melakukan penilaian lebih dari satu maka dicari rata-rata nilai antar *expert*. Dalam matrik, X_{ij} merupakan dampak dari akibat yang ditimbulkan i kepada j . Sedangkan garis diagonal utama matriks ditetapkan 0. karena tidak mungkin suatu kriteria dapat memberikan pengaruh terhadap dirinya sendiri.

$$X = \begin{bmatrix} 0 & X_{12} & \cdots & X_{1n} \\ X_{12} & 0 & \cdots & X_{2n} \\ \vdots & \vdots & 0 & \vdots \\ X_{n1} & X_{n2} & \cdots & 0 \end{bmatrix}$$

Keterangan:

X : Matriks hubungan langsung

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Melakukan normalisasi (*direct-relation matrix*)

Matrik hubungan langsung, kemudian dilakukan normalisasi menjadi matriks dengan persamaan (2.9) dan (2.10). Matriks diagonal utama tetap bernilai 0 dan jumlah dari masing-masing baris dan kolom maksimum adalah 1.

$$K = \frac{1}{\max_{1 \leq i \leq n} \sum_{j=1}^n t_{ij}} \dots\dots\dots (2.9)$$

$$Z = K.X \dots\dots\dots (2.10)$$

Keterangan:

K : Nilai untuk menormalisasikan matrik hubungan langsung

Z : Normalisasi matrik hubungan langsung

4. Matriks Total (*Direct and indirect relation matrix*)

Matriks Z yang telah dibuat kemudian dibangun dalam hubungan matrik langsung dan tidak langsung dengan persamaan (2.11).

$$T = Z(I - X)^{-1} \dots\dots\dots (2.11)$$

Keterangan:

T : Membangun hubungan matrik langsung dan tidak langsung

I : Matrik Identitas

5. Menghitung total baris dan kolom

Setelah membuat matriks T, kemudian menghitung total baris dan total kolom dengan persamaan (2.12) dan (2.13).

$$D = [\sum_{j=1}^n T_{ij}] (i = 1, 2, \dots, n) \dots\dots\dots (2.12)$$

$$R = [\sum_{i=1}^n T_{ij}] (j = 1, 2, \dots, n) \dots\dots\dots (2.13)$$

Keterangan:

D : Total baris

R: Total kolom

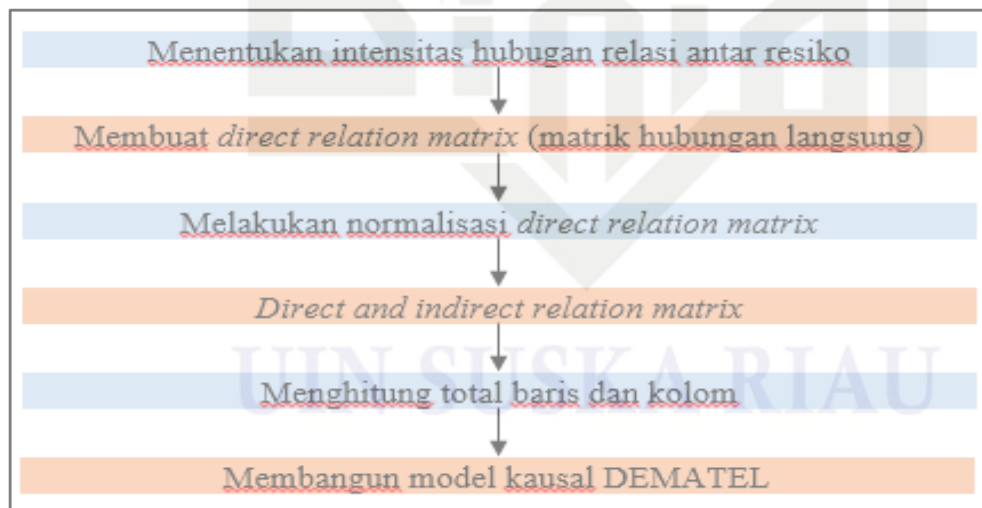
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Membangun model kausal DEMATEL

Model kausal DEMATEL berbentuk diagram (digraph). Diagram kausal menggunakan $(D+R)$ sebagai garis horizontal dan $(D-R)$ sebagai garis vertikal. $(D+R)$ menunjukkan keseluruhan tingkatan dari variabel yang saling mempengaruhi satu sama lain dan $(D-R)$ sebagai hubungan yang artinya perbedaan tingkatan dari variabel menjadi dipengaruhi dan berpengaruh pada yang lain. Beberapa variabel dengan nilai $(D-R)$ positif mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada variabel lainnya dan diasumsikan sebagai prioritas utama, biasa disebut dispatcher. Sedangkan variabel dengan nilai $(D-R)$ negatif menerima pengaruh lebih besar dan diasumsikan sebagai prioritas terakhir, biasa disebut receiver. Untuk nilai $(D+R)$ mengindikasikan hubungan antar variabel sehingga apabila variabel dengan nilai $(D+R)$ lebih besar berarti memiliki hubungan yang lebih besar. Grafik dapat diperoleh dengan menentukan nilai threshold.

Untuk melakukan pemodelan *Decision Making Trial And Evaluation Laboratory* (DEMATEL) prosedur algoritma yang dijalankan dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



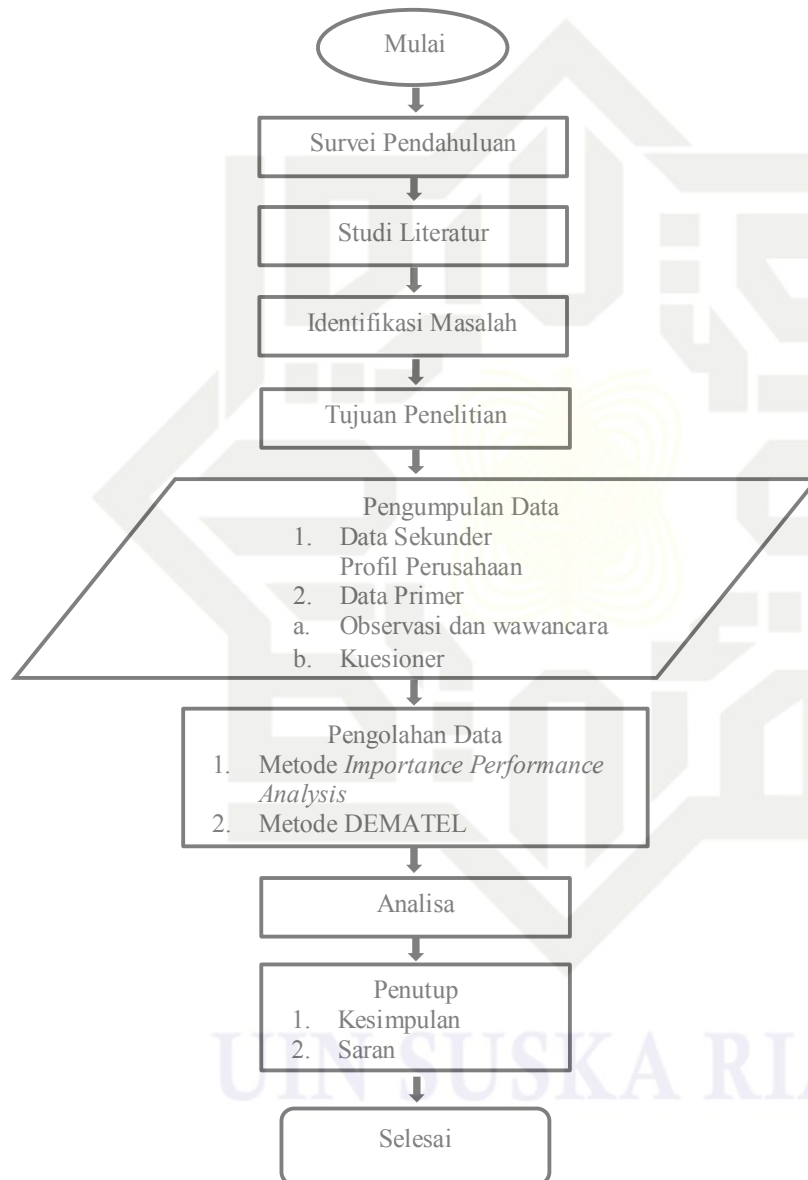
Gambar 2.3 Algoritma Metode Dematel (Ranjbar et al, 2014)
Sumber: widiasih, (2017)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini merupakan tahapan-tahapan yang akan dilalui oleh peneliti. Uraian metodologi penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dianggap mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahap awal dalam melakukan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan survei terhadap Supermarket Millenium Lalak dengan mewawancarai beberapa staff dan kosumen, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa belum diketahuinya kriteria kualitas pelayanan yang terdapat di Supermarket Millenium Lalak. Sehingga diperlukan penentuan kriteria pelayanan untuk meningkatkan pelayanan pada Supermarket Millenium Lalak.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur sangat berguna dalam penelitian dapat dimanfaatkan sebagai landasan logika berpikir dalam penyelesaian masalah secara ilmiah. Pada dasarnya bobot atau nilai suatu penelitian ditentukan oleh seberapa cermat landasan teori yang dipakai oleh peneliti. Studi literatur yang dikumpulkan seperti membaca buku-buku dan artikel jurnal yang berkaitan dengan indikator-indikator kualitas pelayanan, *importance performance analysis* dan DEMATEL.

3.3 Identifikasi Masalah

Setelah studi literatur dilakukan, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah yang ada di Supermarket Millenium Lalak yang nantinya akan dijadikan sebagai objek fokus penelitian. Dengan tahapan mengidentifikasi masalah ini, diketahui bahwa penyebab permasalahan yaitu ada beberapa indikator dari kualitas pelayanan yang belum mencapai kepuasan konsumen dan tidak diketahuinya prioritas kriteria mana yang akan ditingkatkan terlebih dahulu.

3.4 Penetapan tujuan

untuk menganalisa kriteria-kriteria pelayanan kualitas yang harus ditingkatkan berdasarkan persepsi dan ekspektasi dari konsumen supermarket dan merancang hubungan kausal interdependen antar kriteria.

3.5 Pengumpulan data

Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, karena dalam merumuskan strategi perlu dilakukan penilaian terhadap pihak-pihak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

terkait yaitu pihak Supermarket Millenium Lalak. Sumber data untuk penelitian ini adalah:

1. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah ada di perusahaan yaitu berupa profil Supermarket Millenium Lalak

Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan yang dikumpulkan langsung dari Supermarket Millenium Lalak berupa wawancara dengan pihak terkait tentang bisnis yang dijalani.

a. Observasi dan *interview*

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan terhadap sebuah objek secara langsung dan mendetail, sedangkan *interview* digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Dalam penelitian ini dilakukan observasi terhadap Supermarket Millenium Lalak dan wawancara terhadap staff-staff. Untuk mendapatkan gambaran tentang Supermarket Millenium Lalak yang saat ini di dapatkan 12 kriteria kualitas pelayanan yang di ambil berdasarkan indikator-indikator kualitas pelayanan. Yang mana indikator-indikator tersebut adalah *reliability*, *responsivess*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

• Kuesioner tahap 1

Untuk melakukan evaluasi terhadap kepuasan konsumen. Peneliti menyusun kuesioner dan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen sehingga peneliti dapat melihat seberapa tingkat kepentingan dan tingkat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuasan kualitas pelayanan tersebut. Jadi untuk menentukan sampel digunakan Rumus Slovin.

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

Dari hasil observasi maka dapat diketahui populasi sebesar 60 dan batas toleransi kesalahan sebesar 20% maka diperoleh sampel sebesar:

$$n = \frac{1}{1 + 60 (0,2^2)}$$

$$n = 17,647 = 20 \text{ orang}$$

- Kuesioner tahap 2
 Kuesioner tahap ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara kriteria-kriteria yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi.

3.6 Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data dengan menggunakan metode yang sudah ditetapkan. Pengolahan data berisi mengenai pemecahan masalah menggunakan metode yang telah dipelajari terhadap data-data yang dikumpulkan sebelumnya. Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh bisa di analisa dan memberikan kemudahan dalam menjawab permasalahan pada penelitian ini.

3.6.1 Metode *Importance Performance Analysis*

Metode *Importance Performance Analysis* adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus diunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen).

Adapun macam-macam kriteria kualitas pelayanan yang terdapat di Supermarket Millenium Lalak sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang produk yang sedang promosi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tempat belanja yang bersih
3. Tata ruang supermarket yang nyaman dan rute yang efisien
4. Staff yang ramah, sigap dan tanggap membantu konsumen
5. Produk makanan seperti ikan, buah dan sayuran selalu segar
6. Papan penunjuk lokasi produk yang jelas
7. Produk yang ditawarkan beragam dan mudah dicari
8. Waktu antri pembayaran di kasir cepat
9. Pencatatan harga yang akurat dan struk pembayaran yang jelas
10. Alat bantu belanja yang nyaman
11. Katalog produk yang menarik
12. Tata letak produk teratur

3.6.2 Metode DEMATEL (*Decision Making Trial and Evaluating Laboratory*)

Metode dematel dapat di gunakan dalam sistem pengambilan keputusan secara efektif dengan cara memahami keterkaitan antara atribut-atribut sistem. Sebelumnya dilakukan pengolahan data menggunakan metode IPA yang bertujuan untuk mengetahui kriteria mana saja yang akan ditingkatkan. Berikut adalah kriteria-kriteria yang akan ditingkatkan (1) Staff Ramah dan sigap dalam melayani, (2) kesegaran makanan, (3) pencacatan harga dan struk belanja yang jelas, (4) tata letak produk yang teratur. Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode DEMATEL untuk mengetahui kriteria mana yang akan ditingkatkan terlebih dahulu. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam menggunakan metode Dematel adalah sebagai berikut:

1. Menentukan intensitas hubungan relasi antar faktor (skala evaluasi). Skala penilaian yang dicontohkan dalam Ranjbar et al. (2014) adalah 0 sampai 4, nilai 0 memiliki arti tidak memiliki hubungan relasi dan akibat (*no relation and effect*), 1 memiliki arti *low effect*, 2 memiliki arti *medium effect*, 3 memiliki arti *high effect*, dan 4 memiliki arti *very high effect*.
2. Membuat matriks hubungan langsung (*direct-relation matrix*) Dengan penilaian dari *expert* mengenai hubungan dan dampak kemudian dibuat daftar ke dalam matrik hubungan langsung.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Melakukan normalisasi (*direct-relation matrix*)

Matrik hubungan langsung, kemudian dilakukan normalisasi menjadi matriks.

4. Matriks Total (*Direct and indirect relation matrix*)

Matriks yang telah dibuat kemudian dibangun dalam hubungan matrik langsung dan tidak langsung.

5. Menghitung total baris dan kolom

Setelah membuat matriks T, kemudian menghitung total baris dan total kolom

6. Membangun model kausal DEMATEL

Model kausal DEMATEL berbentuk diagram (digraph). Diagram kausal menggunakan (D+R) sebagai garis horizontal dan (D-R) sebagai garis vertikal. (D+R) menunjukkan keseluruhan tingkatan dari variabel yang saling mempengaruhi satu sama lain dan (D-R) sebagai hubungan yang artinya perbedaan tingkatan dari variabel menjadi dipengaruhi dan berpengaruh pada yang lain.

3.7 Analisa

Analisa ini perlu dilakukan karena untuk mengevaluasi dari hasil pembahasan mengenai suatu penelitian. Dilakukannya analisa pada pembahasan dimaksudkan untuk mengetahui kekurangan dalam pengumpulan dan pengolahan data. Setelah melakukan analisa maka akan diperoleh langkah yang harus diambil dalam mengatasi masalah pada penelitian atau pembahasan.

3.8 Penutup

Pada tahapan ini terdapat dua bagian yaitu bagian kesimpulan yang memuat rangkuman dari pengolahan dan analisa yang telah kita lakukan yang harus sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kemudian bagian kedua yaitu saran-saran yang berguna untuk tindak lanjut penelitian dan pemberian saran kepada pihak Supermarket Millenium Lalak mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data yang telah diperoleh dari Supermarket Millenium Lalak menggunakan metode DEMATEL (*Decision Making Trial And Evaluation Labolatory*) dapat ditarik kesimpulan:

1. Ada 12 kriteria yang terdapat pada Supermarket Millenium Lalak yaitu Memberikan informasi tentang produk yang sedang promosi, Tempat belanja yang bersih, Tata ruang supermarket nyaman dan rute yang efisien, Staff yang ramah sigap dan tanggap membantu konsumen, Produk makanan seperti ikan, buah dan sayuran selalu segar, Papan penunjuk lokasi produk jelas dan memudahkan konsumen, Produk yang ditawarkan beragam dan mudah dicari, Pencatatan harga yang akurat dan struk pembayaran yang jelas, Waktu antri pembayaran di kasir yang cepat, Peralatan belanja yang nyaman, Katalog produk yang menarik, Tata letak produk teratur.
2. Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan maka didapatkan kriteria prioritas yang akan ditingkatkan terlebih dahulu yaitu kesegaran makanan dengan nilai D+R sebesar 17,829 dan nilai D-R sebesar 0,763. Kriteria kesegaran makanan ini memiliki nilai D-R dan D+R terbesar, maka kriteria ini diprioritaskan

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan kepada perusahaan beserta karyawan agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan.
2. Perusahaan diharapkan menerapkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Bagi peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan metode terbaru dalam menentukan prioritas kriteria dan dapat menambah variabel-variabel kualitas pelayanan untuk melihat kepentingan dan kepuasan yang dirasakan konsumen.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Nia., dan R, Rudi Alhemp. "Analisis Kepuasan Konsumen Pt Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru". *Jurnal Inovasi Penelitian*. ISSN 2722-9475 (Cetak). ISSN 2722-9467 (Online). Vol. 1 No. 9 Februari 2021
- Damayanti, C, P., dan Erni Setyowati. "Studi Aksesibilitas dan Sirkulasi Fasilitas Supermarket dan Theme Park Pada Bangunan Mall". Studi Kasus: Transmart Banyumanik, Semarang. *Imaji* Vol. 9 No. 6 desember 2020
- Kanedi, Indra., Feri Hari, U., Leni, N, Z. "Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu". *Jurnal Pseudocode*, ISSN 2355-5920. Volume IV Nomor 1, Februari 2017
- Kurniawan, Novia Aninditha., dan Asterina Febrianti., "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Trans Shuttle Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)". Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung. 2022
- Kustiyahningsih, Y., dan Dkk. "Metode Multi Criteria Decision Making Untuk Pendukung Keputusan". Studi Kasus Pemetaan Petani Garam. ISBN 978-602-462-718-8. Malang, September 2021
- Muchlas, Zainul. "Manajemen Jasa". *Manajemen Modified*, Hal 1-4, 2015.
- Mulyadi, Dedi. "Pemberdayaan Pasar Tradisional di Tengah Kepungan Pasar Modern". Media Sains Indonesia. Bandung, 2021.
- Marsyidah, Desta, S,. "Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Showroom X Kota Bandung". *Journal Management, Business, and Accounting*. p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262. Vol. 20 No.3 Desember 2021.
- Purnomo, wirdha., dan d., riandadari., "analisis kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode ipa (importance performance analisis) di pt. arina parama jaya gresik". *Jtm*. Volume 03 nomor 03 tahun 2015.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ruslim, Tommy, S, dan Mukti Rhardjo. "Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Maret, 2016.
- Saragih, Octapian Rolan. "Kontribusi Supermarket Lokal Ada Baru Terhadap Akses Pangan Ibu Rumah Tangga di Kota Salatiga". Program studi gizi fakultas kedokteran dan ilmu kesehatan universitas Kristen satya wacana salatiga, indonesia. e-ISSN: 2580-1163 (Online) p-ISSN: 2580-9776 (Print) Saragih, et al | *Amerta Nutrition* Vol. 6 Issue 1 (March 2022). 21-31, 2022
- Smaga, Dameria. "Buku Ajar Statistik Dasar". Uki Press Pusat Penerbit dan Pencetakan Jl. Mayjen Sutoyo No. 02 Cawang Jakarta Timur. 2014
- Soliha, Euis. "Analisis industri ritel di indonesia". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Hal. 128 – 142 Vol. 15, No.2 ISSN: 1412-3126, September 2008
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D." Bandung: Alfabeta. Oktober 2013.
- Suhendra, Ardi, dan Dwi Prasetyanto. "Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis". *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional. Jurusan Teknik Sipil Itenas*. Vol. 2 No. 2 Juni 2016
- Sumarsid, dan Atik Budi Paryanti. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)". *Jurnal Ilmiah M-Progress*. Vol. 12 No. 1, Januari 2022
- Teni, dan Agus Yudianto. "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Vii Smp Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu". *Jurnal Pendidikan Indonesia*. p-ISSN : 2745-7141 e-ISSN : 2746-1920. Vol. 2 No. 1 Januari 2021
- Wibowo, Arif, dan Mei. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11 No. 2, April 2014

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Widiasih, wiwin., “B163-Identifikasi Hubungan Keterkaitan Antar Risiko Pada Implementasi Konsep Lean *Manufacturing* Dengan Metode DEMATEL”. Simposium Nasional RAPI XVI - FT UMS. ISSN 1412-9612. 2017.



UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Umur :

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kriteria pelayanan supermarket. Bacalah masing-masing kriteria kemudian lingkari salah satu angka yang tersedia pada tiap skala kepentingan dan skala kepuasan .

Kepentingan : ekspektasi dan harapan anda pada masing-masing kriteria

Kepuasan : persepsi anda pada masing-masing kriteria setelah belanja di supermarket ini

Skala Kepentingan		Kriteria		Skala Kepuasan							
				Tidak Penting	Sangat Penting	Tidak Puas → Sangat Puas					
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor Yang Mempengaruhi	Faktor Yang di Pengaruhi	Pengaruh				
		0	1	2	3	4
Tata letak produk teratur	Kesegaran makanan	0	1	2	3	4
	Pencatatan harga dan struk yang jelas	0	1	2	3	4
	Tata letak produk teratur	0	1	2	3	4
Kesegaran makanan	Staff ramah dan sigap	0	1	2	3	4
	Pencatatan harga dan struk jelas	0	1	2	3	4
	Tata letak produk teratur	0	1	2	3	4
Pencatatan harga dan struk yang jelas	Staff ramah dan sigap	0	1	2	3	4
	Kesegaran makanan	0	1	2	3	4
	Tata letak produk teratur	0	1	2	3	4
Tata letak produk teratur	Staff ramah dan sigap	0	1	2	3	4
	Kesegaran makanan	0	1	2	3	4
	Pencatatan harga dan struk yang jelas	0	1	2	3	4



Tahun

2004-2010

2010-2013

2013-2016

2016-2023

Nomor Handphone

Judul Tugas Akhir

Alamat E-mail

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Lisa. Lahir pada tanggal 08 Desember 1997 di Desa Sungai Banyak Ikan. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara, dari ayah bernama Abu Soma dan ibu bernama Nurma. Adapun dalam bersekolah penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

Pendidikan

Sekolah Dasar Negeri 014 Sungai Banyak Ikan

Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Kelayang

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Kelayang

Terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri

082387153718

Penentuan Kriteria Prioritas Dari Kualitas Pelayanan Di Supermarket Millennium Lalak Menggunakan Metode Dematel (*Decision Making Trial And Evaluation Laboratory*)

silvialisa299@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.