

TUGAS AKHIR

STUDI KOMPARASI KEPUASAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET DENGAN ALFAMART DI KECAMATAN PADEMANGAN

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Meraih Gelar Sarjana Teknik
Industri Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)



MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Nama : NOVITA DWIJAYANTI
NIM : 41606110018

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Dwijayanti

N.I.M : 41606110018

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Skripsi : **Studi Komparasi Kepuasan Konsumen Minimarket
Indomaret Dengan Alfamart di Kecamatan Pademangan**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.



Penulis,

[Novita Dwijayanti]

LEMBAR PENGESAHAN

Studi Komparasi Kepuasan Konsumen Minimarket Indomaret Dengan Alfamart di Kecamatan Pademangan

Disusun Oleh :

Nama : Novita Dwijayanti

NIM : 41606110018

Jurusan : Teknik Industri

Jakarta, 16 Februari 2011

Pembimbing,

(Ir. Atep Afia Hidayat, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi

(Ir. Muhammad Kholil, MT)

ABSTRACT

In this globalization of business competition becomes very high, both in the domestic market (national) as well as in international markets / global. To win the competition, companies must be able to give satisfaction to customers, for example by providing products of better quality, cheaper, faster delivery of products and better service than its competitors.

The problem in this study is there a difference between consumer satisfaction and consumer Indomaret Alfamart on location, services, products, promotions, and prices that affect the attitude of the buyer. The purpose of this research is to know how big the difference in consumer satisfaction Alfamart and Indomaret to know how much the level of consumer satisfaction level comparison Indomaret and Alfamart of location, service, product, promotion, and price in choosing the most satisfying place to shop.

This research was done on minimarket Indomaret and Alfamart in Pademangan. Population in this research is that consumers who shop at the minimarket Indomaret and Alfamart, while a sample is taken using a formula of literacy so that known samples in this study of 100 respondents. The analysis technique used in this study were paired t test with significance level $\alpha = 0.05$. The results after a test with partial t-test of each variable found a significant effect of 0.002 is below the level of significance is used ($\alpha = 0.05$) to reject H_0 . The conclusion that can be drawn from this study is the discrepancy between the level of customer satisfaction Alfamart and Indomaret on component location, service, completeness of product offerings, pricing and promotion. The amount of difference in the level of consumer satisfaction consumer Indomaret and Alfamart on location, price, promotion, and services amounted to 0.002 which indicates reject H_0 below the level of significance is used ($\alpha = 0.05$). The advice given in this study are: 1. Display front minimarket Alfamart and Indomaret and made more attractive. 2. Inventories of goods on minimarket Indomaret and Alfamart to be presented with more planned. 3. every day low prices are not useful if it is touted in advertisements and promotions

are therefore in the booth Alfamart and Indomaret when consumers go shopping it is really proven. 4. Minimarket Indomaret and Alfamart should be able to control costs. 5. Indomaret and Alfamart in providing the service must be more friendly and alert. 6. Design Indomaret minimarket display and there should Alfamart perperiode change certain themes. 7. To investigate further to add another variable and trade organizations or other minimarket as a comparison for the result that more perfect.

Keywords: Customer Satisfaction (location, service, completeness of product, price, promotion) Minimarket, Indomaret, Alfamart, District Pademangan



ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestic (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, Misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan tingkat kepuasan antara konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap lokasi, pelayanan, produk, promosi, dan harga yang mempengaruhi sikap para pembeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbedaan kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart serta untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbandingan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap lokasi, pelayanan, produk, promosi, dan harga dalam memilih tempat berbelanja yang paling memuaskan.

Penelitian ini dilakukan pada minimarket Indomaret dan Alfamart yang berlokasi di kecamatan Pademangan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada minimarket Indomaret dan Alfamart, sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus literasi sehingga diketahui sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t berpasangan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil penelitian setelah diadakan pengujian dengan uji-t secara parsial dari masing-masing variabel ditemukan pengaruh yang signifikan sebesar 0,002 berada dibawah level of significance yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga tolak H_0 . Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah adanya perbedaan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart pada komponen lokasi, pelayanan, kelengkapan produk yang ditawarkan, harga dan promosi. Besarnya perbedaan tingkat kepuasan konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart terhadap lokasi, harga, promosi, dan pelayanan sebesar 0,002 yang menunjukkan tolak H_0 di bawah level of significance yang

digunakan ($\alpha = 0,05$). Saran yang diberikan dalam penelitian ini diantaranya: 1. Display depan minimarket Indomaret dan Alfamart dibuat lebih menarik. 2. Persediaan barang pada minimarket Indomaret dan Alfamart agar dapat disajikan dengan lebih terencana. 3. every day low price tidak berguna jika itu didengungkan dalam iklan dan promosi saja oleh karena itu di dalam gerai Indomaret dan Alfamart pada saat konsumen berbelanja hal tersebut benar-benar terbukti. 4. Minimarket Indomaret dan Alfamart harus dapat mengendalikan biaya-biaya. 5. Indomaret dan Alfamart dalam memberi pelayanan harus lebih ramah dan sigap. 6. Disain tampilan minimarket Indomaret dan Alfamart sebaiknya ada perubahan tema perperiode tertentu. 7. Untuk meneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan organisasi perdagangan atau minimarket lain sebagai pembanding agar didapat hasil yang lebih sempurna.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen (lokasi, pelayanan, kelengkapan produk, harga, promosi) Minimarket, Indomaret, Alfamart, Kecamatan Pademangan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Studi Komparasi Tingkat Kepuasan Konsumen Minimarket Indomaret dengan Alfamart di Kecamatan Pademangan"

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis dengan ketulusan ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi yang berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Suharyadi, MS selaku Rektor Universitas Mercubuana Jakarta
2. Bapak Ir. Torik Husein, MT selaku Dekan Fakultas Teknik Industri
3. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri
4. Bapak Ir. Atep Apiyah Hidayat, M.Si selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen-Dosen Teknik Industri yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, dan membuat waktu dapat dimanfaatkan dengan lebih baik.
6. *Minimarket* Indomaret dan Alfamart yang telah mengizinkan Penulis melakukan penelitian.
7. PT. Indomarco Prismatama yang telah memberikan kesempatan kepada penulis

untuk menjadi staff merchandising selama 6 tahun

8. PT. Sumber Alfaria Trijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
9. Teman-teman Teknik Industri angkatan IX terimakasih atas semua *moment* yang telah dilalui.
10. Teman – teman karyawan PT. Indomarco Prismatama terimakasih atas semua bantuan, semangat dan pengertiannya
11. Mamah dan kakaku tercinta yang telah mendukung baik spiritual maupun financial.
12. Koko Harry yang telah setia menemani penulis dalam melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna karena keterbatasan waktu, kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis akan menerima kritik dan saran sebagai masukan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata semoga Tuhan Yesus senantiasa bersama kita dan memberikan berkat dalam setiap kehidupan kita. Amin

Jakarta, Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4.1 Kegunaan Teoritis	4
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Penegasan Istilah	5
1.6 Sistematika Skripsi.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	16

2.1.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen	16
2.1.4 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.5 Manfaat Kepuasan Konsumen	20
2.1.6 Cara Mempertahankan Konsumen	20
2.1.7 Gerai dan Peritel.....	21
2.1.8 Minimarket	24
2.1.9 Waralaba.....	26
2.1.10 Lokasi	28
2.1.11 Kelengkapan Produk Yang Dijual	31
2.1.12 Harga atau Pricing.....	34
2.1.13 Promosi dan Periklanan.....	36
2.1.14 Atmosfer dalam Gerai atau Suasana	41
2.1.15 Ritail Service atau pelayanan eceran.....	44
2.2 Kerangka Befikir dan Hipotesis.....	48
2.2.1 Kerangka Berfikir.....	48
2.2.2 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	51
3.2 Populasi	51
3.3 Sampel.....	51
3.4 Variabel Penelitian	53
3.5 Metode Pengumpulan Data	54

3.6 Metode Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	57
4.2 Karakteristik Responden	59
4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Responden Menurut Jumlah Pendapatan	60
4.2.3 Responden Menurut Usia.....	60
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
4.3.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Minimarket Indomaret.....	61
4.3.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamart.....	72
BAB V ANALISA DAN HASIL	84
5.1 Analisis Penelitian.....	84
5.1.1 Perhitungan Analisis Deskriptif	84
5.1.2 Perhitungan Skala Likert.....	85
5.1.3 Perhitungan Menggunakan Uji T atau Uji Beda.....	86
5.2 Pembahasan	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
6.1 Kesimpulan.....	91
6.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Omset Peritel Minimarket 2008.....	24
Tabel 2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	59
Tabel 3 Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pendapatan.....	60
Tabel 4 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	60
Tabel 5 Lokasi toko Indomaret yang mudah dijangkau.....	61
Tabel 6 Kesesuaian tempat berdirinya toko Indomaret.....	62
Tabel 7 Kenyamanan di dalam toko Indomaret.....	62
Tabel 8 Tersedianya tempat parkir untuk pengunjung toko Indomaret....	63
Tabel 9 Keramahan dan kerapian penjaga toko Indomaret.....	63
Tabel 10 Pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga.....	64
Tabel 11 Sikap kasir Indomaret dalam melakukan transaksi.....	64
Tabel 12 Senyum dan salam yang diucapkan karyawan toko Indomaret.....	65
Tabel 13 Kelengkapan produk yang dijual di Indomaret.....	65
Tabel 14 Kualitas kesegaran produk di indomaret.....	66
Tabel 15 Produk yang dijual di Indomaret memenuhi syarat POM, Halal, dst	66
Tabel 16 Produk yang dijual di indomaret masih sebelum waktu expired date....	67
Tabel 17 informasi terhadap promosi yang sedang berjalan.....	68
Tabel 18 Ketertarikan promosi yang diadakan oleh toko Indomaret.....	68
Tabel 19 Ketersediaan barang yang dipromosikan/hadiah promosi di.....	69
Tabel 20 Keefektifan penyampaian informasi promosi kepada pelanggan	69

Tabel 21 Kesesuaian harga dengan produk yang dijual di Indomaret.....	70
Tabel 22 Kemudahan pembayaran di Indomaret.....	71
Tabel 23 Informasi yang jelas terhadap harga-harga produk di Indomaret....	71
Tabel 24 kesesuaian harga dengan segmen masyarakat di sekitar Indomaret.	72
Tabel 25 Lokasi toko Alfamart yang mudah dijangka.....	72
Tabel 26 Kesesuaian tempat berdirinya toko Alfamart	73
Tabel 27 Kenyamanan di dalam toko Alfamart	73
Tabel 28 Tersedianya tempat parkir untuk pengunjung toko Alfamart	74
Tabel 29 Keramahan dan kerapian penjaga toko Alfamart	75
Tabel 30 Pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga.....	75
Tabel 31 Sikap kasir Alfamart dalam melakukan transaksi.....	76
Tabel 32 Senyum dan salam yang diucapkan karyawan toko Alfamart	76
Tabel 33 Kelengkapan produk yang dijual di Alfamart	77
Tabel 34 Kualitas kesegaran produk di Alfamart	77
Tabel 35 Produk yang dijual di Alfamart memenuhi syarat (POM, Halal, dsb)...	78
Tabel 36 Produk yang dijual di Alfamart masih sebelum waktu expired date.	78
Tabel 37 informasi terhadap promosi yang sedang berjalandi Alfamart.....	79
Tabel 38 Ketertarikan promosi yang diadakan oleh toko Alfamart	80
Tabel 39 Ketersediaan barang yang dipromosikan/hadiah promosi.....	80
Tabel 40 Keefektifan penyampaian informasi promosi kepada pelanggan.....	81
Tabel 41 Kesesuaian harga dengan produk yang dijual di Alfamart	81
Tabel 42 Kemudahan pembayaran di Alfamart	82

Tabel 43 Informasi yang jelas terhadap harga-harga produk di Alfamart 82

Tabel 44 kesesuaian harga dengan segmen masyarakat di sekitar Alfamart 83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perilaku Berbelanja.....	12
Gambar 2 Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 3 Respons Konsumen terhadap Stimulus Eksternal.....	15
Gambar 4 Perang antar saluran.....	26
Gambar 5 Keuntungan & problema potensial bagi pewaralaba & terwaralaba....	27
Gambar 6 Analisis area perdagangan.....	29
Gambar 7 Tiga tingkat analisis spasial dan menyeleksi lokasi pengecer.....	30
Gambar 8 Pertimbangan dalam penyediaan merchandise.....	33
Gambar 9 Teori komunikasi.....	37
Gambar 10 Tujuan memberi suasana nyaman dari gerai.....	42
Gambar 11 Lay-out atau tampilan toko.....	43
Gambar 12 Unsur dalam barang dan jasa yang dibeli konsumen.....	45
Gambar 13 Kerangka Berfikir.....	50