

**ANALISIS PENGARUH TUJUAN BERBELANJA
TERHADAP PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN JASA
(Studi Kasus di Makro Cabang Semarang)**

NAMA : FAUZI SIHABUDIN HUTASUHUT

NIM : L2H 005 677

ABSTRACT

Today, development of makro-economic addresses the improvement of enterpreuner field. Thus, many retail companies (i.e groceries, minimarket, hypermarket, etc) are arising. Competition among those market makes SHV Holdings ,whether originated from Holland that owns Makro Indonesia, feels that its ability is not enough to put them as good as the other position of hypermarkets in Indonesia. Finally, in the end of the year 2008 SHV Holdings sold the stocks (securities) of Makro Indonesia out to Lotte. Lotte Mart hopes In 2010, turnover of market aims to rise 20%, equal to IDR 5,7 Billion. Makro Semarang as one of the branches of Makro Indonesia has to rearrange the management and fullfill the planned-omzet in case of competing among the hypermarkets

Importance-Performances analysis was used for classifying item priority that cause most of problems and need to be improved. This analysis is fit to develope Makro`s service quality. The concept is using customer perceived from different level of customer`s needs in Makro Semarang compare to major importance level. So that it can figure out expectation of customer. Besides, Discriminant analysis could use to make a model of member-prediction. The importance of discriminant analysis is to know character of needs in each groups.

Globally, characteristic of Makro customer was 51,7% came from bussiness customer and the rest 48,3% came from housing/private needs customer. There are five service quality dimension which is identified in 37 service variables with average point of satisfaction 3,52 and customer satisfaction 3,87. Result of discriminant analysis indicated that the most prioritred variables for bussiness customer are payment credit and availability of ATM. The other result of discriminant analysis indicated that the most prioritred variables for housing/private needs customer are bags for goods and selling piece-per-piece item

Keywords : *service quality, Importance – Performance Analysis, Discriminant analysis, customer satisfaction.*

ABSTRAKSI

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak memunculkan perusahaan dagang yang bergerak di bidang ritel baik yang berbentuk toko, minimarket, hipermarket maupun lain sebagainya. Karena persaingan yang begitu ketat, SHV Holdings, perusahaan asal Belanda menjual kepemilikan saham-saham Makro Indonesia kepada Lotte. Tahun 2010, omzet ditargetkan bisa meningkat 20% menjadi Rp 5,7 triliun. Strategi bisnis yang dilakukan Lotte Mart yaitu know how menggunakan hasil sejumlah studi menyangkut keinginan pembeli, harga, dan lokasi. Makro Semarang sebagai salah satu cabang Makro Indonesia tentu saja harus berbenah dalam menghadapi persaingan hipermarket dan memenuhi target omzet yang ditetapkan Lotte Mart.

Dalam rangka perbaikan terhadap kualitas pelayanan, salah satu cara untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang perlu diprioritaskan untuk dibenahi adalah dengan menggunakan Importance – Performance. Konsep ini menggunakan tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan, Selanjutnya, tingkat kepentingan variabel ini dibandingkan dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan. Selain itu, analisis diskriminan juga digunakan untuk membuat satu model prediksi keanggotaan. Analisis diskriminan penting digunakan untuk mengetahui kepentingan masing-masing kelompok yang berbelanja di Makro Semarang.

Karakteristik Pelanggan Makro secara umum, 51,7% pelanggan berbelanja dengan tujuan bisnis dan 48,3% pelanggan rumah tangga. Terdapat lima level dimensi kualitas jasa Makro Semarang yang terdiri dari 37 variabel pelayanan dengan rata-rata nilai kepuasan konsumen sebesar 3.52 dan nilai kepuasan pelanggan sebesar 3.87. Dari hasil Discriminant Analysis, variabel yang diprioritaskan untuk pelanggan bisnis yaitu: dapat membayar dengan cara angsuran, dan ketersediaan ATM di lokasi belanja. variabel yang diprioritaskan untuk pelanggan rumah tangga yaitu: barang yang dijual tersedia dalam jumlah eceran, dan tersedianya keranjang untuk berbelanja.

Kata kunci: *kualitas jasa, Importance – Performance Analysis, Analisis diskriminan, kepuasan pelanggan*