

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN  
METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISIS  
DI AEON MALL SUPERMARKET**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**RISKY ANDRI TARA**

**201510325297**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Ananlisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode  
Importance Performance Analisis Di AEON Mall  
Supermarket

Nama Mahasiswa : Risky Andri Tara

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325297

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 3 Februari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing

  
Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M

NIDN: 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode  
Importance Analisis Di AEON Mall Supermarket

Nama Mahasiswa : Risky Andri Tara

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325297

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 3 Februari 2020

MENGESAHKAN


Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M  
NIDN. : 0309048102

Penguji I : Andrian, S.E., M.M  
NIDN. : 0321077102


Penguji II : M. Fadhli Nursal, SE., MM.  
NIDN. : 0325057908

MENGETAHUI,

Ketua  
Program Studi Manajemen

  
M. Fadhli Nursal, SE., MM.  
NIDN. : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi

  
Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP  
NIDN. : 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji Serta Syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, penulis masih bisa diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE DI AEON MALL SUPERMARKET”**

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn.) Dr., Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.AP, sebagai Dosen Perwalian Akademik kami dikelas B-3 atas support dan dukungannya.
5. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan do'a kepada penulis.
7. Rekan dan teman-teman B-3 Manajemen yang senantiasa bersedia membantu selama pengerjaan skripsi ini. dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Jakarta, 30 Januari 2020

Hormat Saya,

Risky Andri Tara

## ABSTRAK

**Risky Andri Tara, 201510325297.** *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analisis Di AEON Mall Supermarket.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan AEON Mall Supermarket. Tempat dan sampel dalam penelitian ini adalah AEON Mall Supermarket. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Importance Performance Analisis dengan jumlah 100 responden. Hasil penelitian ini merupakan atribut pelayanan AEON Mall Supermarket, atribut kualitas pelayanan diidentifikasi dari indikator kepuasan menurut pelanggan yang diungkapkan Parasuraman dkk, yaitu dengan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di AEON Mall Supermarket menggunakan metode importance performance analisis (IPA). Pada tingkat kesesuaian membandingkan antara tingkat kepentingan(harapan), dengan tingkat kinerja pelayanan yang diberikan AEON Mall Supermarket kepada pelanggan. Berdasarkan nilai pada kelima dimensi, dapat diketahui bahwa nilai dimensi *Tangible, assurance* dan *emphaty* menghasilkan kesenjangan tinggi dan Dimensi *Reliability, Responsiveness* menghasilkan kesenjangan terendah. Dan di dapat rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 99%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan AEON Mall Supermarket.

**Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, IPA (Importance Performance Analysis)**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Di AEON Mall Supermarket”

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Januari 2020

Penulis,



Risky Andri Tara

NPM: 201510325297

## **ABSTRACT**

**Risky Andri Tara, 201510325297.** *Analysis of customer satisfaction with the interest analysis method at the mall supermarket*

*This study aims to determine the level of customer satisfaction at AEON Mall Supermarket. The place and sample in this study is AEON Mall Supermarket. The method used in this study is to use the Importance Performance Analysis method with a total of 100 respondents. The results of this study are AEON Mall Supermarket service attributes, service quality attributes identified from customer satisfaction indicators revealed by Parasuraman et al, namely (Tangible, Realiabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy) Measuring the level of customer satisfaction at AEON Mall Supermarket using the importance performance method analysis (IPA). At the level of conformity comparing the level of importance (expectations), with the level of service performance provided by AEON Mall Supermarket to customers. Based on the values in the five dimensions, it can be seen that the value of the Tangible, assurance and empathy dimensions results in a high gap and the Dimensions of Reliability, Responsiveness produce the lowest gap. And the average suitability level of 99% can be obtained. This shows that customers are satisfied with the services provided by AEON Mall Supermarket.*

**Keywords:** *Customer Satisfication, IPA (Importance Performance Analysis)*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Masalah .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.2 Pengertian Pelanggan. ....	11



2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	13
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	15
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu .....	17
2.6 Kerangka Berfikir.....	22
2.7 Hipotesis Penelitian.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Tahapan Penelitian .....	25
3.3 Model Konseptual Penelitian.....	27
3.4 Operasi Variabel .....	27
3.5 Waktu & Tempat Penelitian .....	31
3.5.1 Waktu Penelitian .....	31
3.5.2 Tempat Penelitian.....	32
3.6 Populasi dan Sampel .....	33
3.6.1 Populasi.....	33
3.6.2 Sampel .....	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.9 Instrumen Penelitian.....	34
3.9.1 Uji Validitas Instrumen.....	35
3.9.2 Uji Relibilitas Instrumen.....	36
3.10 Metodologi Analisis Data. ....	37
3.10.2 Importance Performance Analisis. ....	37

<b>BAB IV Hasil Dan Pembahasan .....</b>	<b>41</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	41
4.1.1 Struktur Organisasi AEON Mall Supermarket .....	42
4.2 Analisa Responden.....	45
4.2.1 Penyebaran Kusioner.....	45
4.2.2 Identitas Responden.....	45
4.3 Analisa Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas .....	48
4.3.2 Uji Relibilitas .....	52
4.4 Importance Performance Analisis (IPA) .....	53
4.4.1 Analisis Tingkat Kesesuaian Variabel Importance dan Performance .....	54
4.4.2 Analisis Gap <i>Performance-importance</i> (Gap P-I) .....	60
4.4.1 Diagram Kartesius.....	66
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
Kesimpulan.....	71
Implikasi Manajerial .....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1.1 Format Pasar Swalayan .....	2
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Kerangka Berfikir.....	22
3.1 Definisi Operasional Variabel Berdasarkan Dimensi SERVQUAL.....	31
3.4 Skala Pengukuran.....	37
4.1 Sturktur Organisasi.....	42
4.2 Proses Penyebaran Dan Proses Penerimaan Kuisoner .....	45
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.6 Validitas Kuisoner Kinerja Pelayanan .....	49
4.7 Validitas Kuisoner Kepentingan Pelayanan .....	50
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
4.9 Deskripsif Statistics.....	53
4.10 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Bukti Fisik.....	55
4.11 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Keandalan.....	56
4.12 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Daya Tanggap.....	57
4.13 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Jaminan .....	58
4.14 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Empati.....	59
4.15 Rata-rata Keseluruhan Perhitungan Tingkat Kesesuaian Mutu Layanan Dari Kelima Dimensi SERVQUAL.....	57
4.16 Perhitungan Gap Performance-Impormance Dimensi Bukti Fisik .....	62

4.17 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Keandalan .....	63
4.18 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Daya Tanggap .....	64
4.19 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Jaminan.....	65
4.20 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Empati .....	66
4.21 Rata – rata Keseluruhan Gap Performance – Importance Pelayanan Kinerja AEON Mall Supermarket.....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	16
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....	29
Gambar 3.2 Matriks <i>Perpection – Expectation</i> . .....	42
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 4.2 Hasil Diagram Kartesius .....	69



## DAFTAR TABEL

1.1 Format Pasar Swalayan .....	2
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Kerangka Berfikir.....	22
3.1 Definisi Operasional Variabel Berdasarkan Dimensi SERVQUAL.....	31
3.4 Skala Pengukuran.....	37
4.1 Struktur Organisasi.....	42
4.2 Proses Penyebaran Dan Proses Penerimaan Kuisiner .....	45
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.6 Validitas Kuisiner Kinerja Pelayanan .....	49
4.7 Validitas Kuisiner Kepentingan Pelayanan .....	50
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
4.9 Deskriptif Statistics.....	53
4.10 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Bukti Fisik.....	55
4.11 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Keandalan.....	56
4.12 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Daya Tanggap.....	57
4.13 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Jaminan .....	58
4.14 Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Dimensi Empati.....	59
4.15 Rata-rata Keseluruhan Perhitungan Tingkat Kesesuaian Mutu Layanan Dari Kelima Dimensi SERVQUAL.....	57
4.16 Perhitungan Gap Performance-Impormance Dimensi Bukti Fisik .....	62

4.17 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Keandalan .....	63
4.18 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Daya Tanggap .....	64
4.19 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Jaminan.....	65
4.20 Perhitungan Gap Performance-Importance Dimensi Empati .....	66
4.21 Rata – rata Keseluruhan Gap Performance – Importance Pelayanan Kinerja AEON Mall Supermarket.....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	16
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....	29
Gambar 3.2 Matriks <i>Perpection – Expectation</i> . .....	42
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 4.2 Hasil Diagram Kartesius .....	69

