

## ABSTRAKSI

Toko Gudang Rabat (TGR) Alfa Semarang sebagai salah satu perusahaan retail diperhadapkan dengan perubahan-perubahan yang terjadi di masa kini. Dan walaupun akhir-akhir ini fakta menunjukkan bahwa omzet penjualan TGR Alfa Semarang mengalami kenaikan, tetapi kenaikan omzet penjualan tersebut dapat dikatakan cukup kecil dan tidak memenuhi target yang telah ditentukan. Hal tersebut diduga karena keadaan dan fasilitas di dalam toko yang dapat dikatakan 'kuno' dibandingkan dengan usaha retail yang ada disekitarnya sehingga menyebabkan daya saing dengan usaha retail lain yang sejenis rendah.

Dengan meningkatnya taraf pendapatan dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang sudah semakin maju, pihak manajemen dituntut untuk lebih mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu perlu sekali dilakukan analisis terhadap persepsi dan ekspektasi/ harapan konsumen pengunjung TGR Alfa Semarang dengan tepat. Dari informasi tersebut nantinya diharapkan dapat diungkapkan suatu fakta yang dapat dijadikan sebagai input bagi pihak manajemen TGR Alfa Semarang untuk memperbaiki fasilitas dan kualitas layanan yang menurut konsumen masih dirasa perlu untuk diperbaiki dan dikembangkan, yang pada akhirnya nanti dapat mencapai tujuan akhir yaitu menaikkan omzet penjualan dan menambah kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen yang pernah dan sedang berbelanja di TGR Alfa Semarang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik konsumen secara umum. Selanjutnya juga dilakukan analisis Cluster untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan tingkat harapan. Untuk mengetahui karakteristik masing-masing cluster dilakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis Cross Tabs. Kemudian dilakukan analisis MANOVA untuk menguji apakah tiap-tiap cluster yang terbentuk mempunyai perbedaan terhadap tingkat harapan. Selain itu juga dilakukan analisis GAP 5 terhadap masing-masing cluster dengan menggunakan acuan variabel-variabel dan 5 *Dimension of Retail Service Quality*.

Berdasarkan hasil analisis diatas, terbentuk 2 cluster dengan perbedaan pada variabel frekuensi belanja dalam satu bulan dan rekan belanja (hasil analisis Cross Tabs). Dari hasil MANOVA dapat diketahui bahwa cluster 1 mempunyai tingkat harapan yang lebih tinggi daripada cluster 2. Hasil lain dari penelitian ini adalah dapat diketahuinya variabel-variabel yang perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen TGR Alfa Semarang. Kemudian dilakukan perbaikan terhadap variabel yang terletak pada kuadran IV, dimana variabel tersebut mempunyai tingkat ekspektasi lebih tinggi daripada rata-rata, tetapi tingkat persepsi berada di bawah rata-rata (variabel bersih, sirkulasi, label, kebutuhan, komplain dan AC)

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen TGR Alfa Semarang untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen menjadi loyal dan akhirnya juga dapat meningkatkan omzet penjualan yang mencapai target yang telah ditentukan, bahkan melebihinya.