

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *service convenience* Carrefour di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan variabel *service convenience*, sumber data adalah data primer, target dan karakteristik populasi yang digunakan adalah responden yang pernah mengunjungi Carrefour di Surabaya minimal sebulan sekali, pernah membeli produk di Carrefour Surabaya, pria dan wanita berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Surabaya dan pernah mengalami masalah (komplain/saran/kritik)

Penelitian ini menggunakan pengolahan data berupa metode rata-rata hitung (*mean*), deviasi standard, koefisien variasi, diagram batang (*histogram*), uji validitas dan uji reliabilitas. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 140 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Carrefour di GOCI Mall memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan terendah pada dimensi *post-benefit convenience*, untuk Carrefour di ITC memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan terendah pada dimensi *post-benefit convenience*, untuk Carrefour di BG Junction memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan terendah pada dimensi *post-benefit convenience*, untuk Carrefour di Ngagel memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan terendah pada dimensi *post-benefit convenience*, untuk Carrefour di A.Yani memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan terendah pada dimensi *post-benefit convenience*, untuk Carrefour di Rungkut memiliki *mean* tertinggi pada dimensi *access convenience* dan *mean* pada dimensi *post-benefit convenience*, dan untuk Carrefour di Dukuh Kupang memiliki *mean* tertinggi pada *access convenience* dan terendah pada dimensi *decision convenience*.

Kata kunci : *Service Convenience*, *Service*, *Convenience*, Persepsi.

ABSTRACT

This research have as a purpose for explain service convenience in Carrefour Surabaya. Research that used is descriptive's research with variable service convenience, data source is primary data, target and population characteristic is responden which has visited Carrefour in range last month, men or women, minimal 17 years old, ever visited and buy something in Carrefour Surabaya, and respondent which has problem in Carrefour Surabaya.

This research used method mean, standard deviation, variation koefisien, histogram, validity and reliability method. Total sample which has choosen is 140 respondent and technic sample used is nonprobabilistic sampling.

The observation research show that Carrefour at GOCI Mall has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, for Carrefour at ITC has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, for Carrefour at BG Junction has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, for Carrefour at Ngagel has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, for Carrefour at A.Yani has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, for Carrefour at Rungkut has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for post-benefit convenience's dimension, and for Carrefour at Dukuh Kupang has the highest mean for access convenience's dimension and the lowest mean for decision convenience's dimension.

Keywords : Service Convenience, Service, Convenience, Perception.