

ABSTRAK

Perkembangan buku yang dari waktu ke waktu semakin meningkat menyebabkan banyak toko buku yang berlomba-lomba menarik konsumen sebanyak mungkin sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara mereka. Toko-toko buku ini berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya yang nantinya bisa membuat konsumen menjadi loyal.

Toko Buku Gramedia yang berada di Surabaya khususnya di Plaza Tunjungan juga harus mampu bersaing dengan toko sejenis yang berada di tempat yang sama. Oleh karena itu suatu penelitian diperlukan untuk mengetahui keinginan konsumen melalui harapan dan persepsi terhadap pelayanan yang diberikan selama ini.

Penelitian ini menggunakan analisis Gap melalui metode *servqual* yang menghasilkan output berupa variabel-variabel yang membuat konsumen kurang puas antara lain variabel jarak ruang antar rak, pengetahuan karyawan mengenai letak barang, tanggapan terhadap komplain, dan lain-lain. Gap yang terjadi antara yang diharapkan konsumen dengan yang diterima terjadi karena timbulnya gap lain yang menyertai. Penelitian ini menggunakan analisis 7 gap yang saling terkait satu sama lain untuk mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh Toko Buku Gramedia Plaza Tunjungan. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen TB Gramedia Plaza Tunjungan ini terbagi menjadi 2 konsumen dimana 61% adalah konsumen yang bertujuan jalan-jalan dan 39% adalah konsumen yang bertujuan datang karena produknya lengkap. 2 kelompok konsumen ini menjadi acuan penting dalam memperbaiki strategi pelayanan yang akan datang karena 2 kelompok konsumen ini memiliki kepuasan yang berbeda dalam menilai layanan yang diberikan karyawan. Dari 7 gap yang dianalisis, ada 2 gap yang tidak terjadi yaitu gap 3 dan gap 4. Analisis gap yang digunakan mengacu kepada gap 7 yang kemudian akan disertai oleh gap lain yang menjadi penyebabnya. Variabel yang akan diprioritaskan untuk diperbaiki adalah variabel pada kuadran 4 yang dapat diketahui dari analisis kuadran pada gap 7.

Dengan diketahuinya variabel yang terjadi gap diharapkan pihak manajemen dapat menentukan strategi pelayanan yang sesuai dengan penyebab yang terjadi sehingga di masa yang akan datang konsumen bisa lebih puas dari sebelumnya serta menjadi loyal terhadap Toko Buku Gramedia.