

## ABSTRAK

Pada keadaan perekonomian sekarang ini tiap bidang usaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang baik karena selain kondisi di Indonesia sekarang ini mengalami krisis, konsumen semakin selektif dalam membelanjakan uangnya. Suatu cara yang dapat dilakukan untuk memiliki strategi pemasaran yang baik adalah dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Swalayan KampusKu. Swalayan KampusKu berusaha memenuhi keinginan konsumen utamanya yaitu mahasiswa, dosen, dan karyawan dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Agar swalayan kampusku dapat bertahan, maka penelitian diperlukan untuk mengetahui harapan dan persepsi terhadap pelayanan yang diberikan selama ini.

Penelitian ini menggunakan variabel kualitas layanan dengan kelima dimensi *Servqual* yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan manajemen PT Bina Sarana Kampus. Konsumen swalayan kampus dikelompokkan menjadi 2 kelompok, yaitu konsumen yang tidak sering ( $\leq 2$  kali dalam 1 minggu) sebanyak 25% dan yang sering berkunjung ( $> 2$  kali dalam 1 minggu) sebanyak 75%.

Dari hasil analisis *crosstab* disimpulkan bahwa untuk konsumen swalayan kampus, kelompok 1 mayoritas jenis kelamin pria (52%) berusia  $\leq 20$  tahun, untuk kelompok 2 mayoritas jenis kelamin wanita (76%) berusia  $>20$  tahun. Kebutuhan dan harapan konsumen swalayan kampusku dapat diketahui dengan melihat apakah terdapat kesenjangan (gap) antara ekspektasi dengan persepsi mereka dengan melakukan analisis gap 7. Dari analisis dapat diketahui variabel-variabel apa saja yang perlu mendapat perhatian khusus yaitu variabel yang terdapat pada kuadran IV.

Setelah dilakukan analisis kuadran diperoleh hasil bahwa permasalahan yang terdapat pada swalayan kampusku antara lain menyangkut masalah sumber daya manusianya yaitu konsumen kurang puas akan karyawan kasirnya (*mean* -1.08), penampilan karyawan yang kurang rapi dan sopan (*mean* -0.64), karyawannya kurang ramah (*mean* -1.04), jarang mengucapkan terima kasih. (*mean* -1.12) tidak mau mengusahkan uang kembalian (*mean* -0.84) selain itu juga masalah fasilitas, antara lain petunjuk harganya kurang jelas (*mean* -0.96), jenis barangnya kurang lengkap (*mean* -0.96)

Dari hasil analisis tersebut, dapat dilakukan perbaikan-perbaikan yang dapat memajukan citra swalayan kampus. yaitu antara lain dengan merencanakan menjalin kerja sama dengan pihak swalayan lain, kerja sama tersebut yaitu dengan melakukan pertukaran karyawan agar saling mencari pengalaman agar nantinya dapat dipraktekkan pada saat kembali ke swalayan masing-masing, selain itu dengan melakukan pertukaran jenis barang tertentu yang dianggap paling laku di swalayan masing-masing. Hal ini direncanakan akan terlaksana dalam kurun waktu tiga bulan, selain itu swalayan juga akan menyediakan kotak kritik dan saran, menyediakan uang kembalian yang cukup.

Setelah dilakukan perbaikan-perbaikan diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen dapat merasa lebih puas serta konsumen menjadi loyal terhadap Swalayan Kampusku