

ABSTRAK

Dengan semakin banyaknya usaha *retail* seperti *Factory Outlet* yang menawarkan barang dengan harga yang relatif murah membuat manajemen untuk berusaha memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan di atas adalah dengan menciptakan kualitas layanan yang baik. Untuk itu perlu diteliti apa saja yang menjadi keinginan konsumen. Apabila *Factory Outlet* dapat memberikan kualitas layanan yang baik terhadap konsumen, maka dapat meningkatkan penjualan.

Penelitian ini dilakukan di *Factory Outlet* UFO (*United Fashion Outlet*) yang berlokasi di jalan Embong Malang 31-41, Surabaya. *Factory Outlet* UFO berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan jalan memberi pelayanan yang terbaik. Oleh karena itu agar *Factory Outlet* UFO dapat bertahan, maka kepuasan konsumen harus menjadi prioritas utama. Untuk itu perlu diketahui variabel-variabel apa yang merupakan dasar penilaian konsumen tentang kualitas layanan pada *Factory Outlet* UFO, tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel-variabel yang menjadi dasar penilaian kualitas layanan pada *Factory Outlet* UFO, serta penyebab tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas layanan di *Factory Outlet* UFO. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas layanan, dengan kelima dimensi *Servqual Retail*: *Physical Aspect*, *Reliability*, *Personal Interaction*, *Problem Solving*, dan *Policy* yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pihak konsumen dan pihak manajemen *Factory Outlet* UFO. Dimensi yang mempunyai tingkat persepsi tertinggi (Ada 3 pengelompokan skala yaitu 1.00-2.35 → Kurang setuju, 2.36-3.70 → Cukup setuju, 3.71-5.00 → Sangat setuju), untuk *Physical Aspect* adalah area parkir luas (3.80), *Reliability* adalah barang lengkap (3.67), *Personal Interaction* adalah karyawan bekerja cekatan dan teliti (3.74), *Problem Solving* adalah kemudahan pengembalian barang yang rusak (3.66), dan *Policy* adalah kualitas barang baik (3.64). Dimensi yang mempunyai tingkat ekspektasi tertinggi untuk *Physical Aspect* adalah pengelompokan barang rapi (4.44), *Reliability* adalah stok/persediaan barang mamadai (4.11), *Personal Interaction* adalah pelayanan kasir cepat (4.53), *Problem Solving* adalah tanggapan terhadap keluhan pelanggan baik (4.29), dan *Policy* adalah memberikan diskon/hadiah (4.30).

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif konsumen untuk menggambarkan karakteristik konsumen secara umum. Selanjutnya dilakukan pengelompokan responden berdasarkan sering atau tidaknya konsumen berbelanja di *Factory Outlet* UFO. Untuk mengetahui ketergantungan antara kelompok yang terbentuk dengan latar belakangnya, maka dilakukan uji crosstabs, dari Uji Crosstabs ini memberikan hasil bahwa latar belakang yang berpengaruh adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, mengetahui dari, dan pendapatan perbulan. Selain itu juga dilakukan uji Z untuk mengetahui signifikansi gap 1,6, dan 7. Setelah itu dilakukan analisis gap 1, 2, 3, 4, 5, 6, dan 7 terhadap variabel-variabel dalam kelima dimensi *Servqual Retail*. Dari hasil analisis gap, maka dilakukan analisis perbaikan pada variabel-variabel yang terdapat pada kuadran IV. Melalui pendekatan QFD dapat diperoleh faktor yang perlu diprioritaskan untuk dilaksanakan oleh pihak *Factory Outlet* UFO sesuai keinginan konsumen, yaitu memberikan training terutama kepada karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen, mengelompokkan barang berdasarkan jenisnya, pembuatan papan petunjuk barang, serta merespon keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat.