

ABSTRAK

Supermarket INDOGROSIR Jemur Sari merupakan perusahaan dibidang *retail* yang berlokasi di jalan Jemur Sari no. 351, Surabaya. Dengan semakin banyaknya bisnis ini, menyebabkan terjadinya persaingan antar supermarket. Untuk dapat meraih pangsa pasar yang besar, setiap supermarket harus berusaha untuk selalu mengadakan evaluasi khususnya terhadap kualitas layanannya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis *retail*, maka supermarket INDOGROSIR harus dapat memposisikan diri secara tepat dan dapat memberikan kepuasan pada konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di supermarket INDOGROSIR. Penelitian ini menggunakan analisis *Gap* melalui metode *servqual* dengan menggunakan dimensi *retail service quality* yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan karyawan supermarket INDOGROSIR Jemur Sari. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen supermarket INDOGROSIR Jemur Sari terbagi menjadi 2 konsumen yaitu konsumen eceran dan konsumen grosir. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat harapan dan persepsi konsumen eceran dan konsumen grosir. Untuk konsumen eceran tingkat persepsi tertinggi pada area parkir aman ($mean = 3,87$). Sedangkan tingkat harapan tertinggi pada kebersihan pada keranjang/kereta terjaga ($mean = 4,72$). Untuk konsumen grosir tingkat persepsi tertinggi pada area parkir luas ($mean = 3,88$). Sedangkan tingkat harapan tertinggi pada petunjuk letak produk jelas ($mean = 4,43$).

Analisis *Crosstab* berdasarkan profil responden bahwa antara jenis kelamin, dengan siapa berbelanja, dan lama menjadi pelanggan saling berhubungan dengan kelompok konsumen eceran dan konsumen grosir. Analisis *Manova* terlihat bahwa terlihat ada perbedaan $mean$ antara kelompok konsumen eceran dan konsumen grosir untuk tingkat harapan dan tingkat persepsi. Analisis kuadran yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan $mean$ antara tingkat harapan dan tingkat persepsi, sehingga dapat diketahui variabel-variabel apa saja yang menurut konsumen masih merasa tidak puas yang merupakan variabel yang menjadi kelemahan yaitu variabel *display* harga kurang jelas, kebersihan kereta atau keranjang terjaga, petunjuk letak produk kurang jelas, dan jumlah stok/persediaan produk memadai.

Melalui pendekatan QFD dapat diperoleh faktor yang perlu diprioritaskan untuk dilaksanakan oleh pihak supermarket INDOGROSIR Jemur Sari sesuai keinginan konsumen, yaitu pemasangan *display* harga dengan jelas dan pengecekan harga yang ada di rak dan di komputer (258,5).