

BAB IV

PEMBAHASAN

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 PAPARAN HASIL PENELITIAN

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sardo Swalayan merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang retail yang usahanya untuk mencukupi kebutuhan bahan pokok keluarga yang ada di kota malang.

Sardo Swalayan memiliki bangunan yang terdiri dari 3 lantai. Dan di setiap lantainya akan dapat menemukan berbagai item yang telah ddi katagorikan berdasarkan kelompok kebutuhan harian. Di lantai 1 konsumen dapat berbelanja berbagai bahan makanan seperti camilan, minuman, roti, bumbu makan dan lain sebagainya. Di samping itu konsumen juga bias menemui perlengkapan mandi dan dan beragam peralatan tulis, konsumen juga bias memilih bermacam – macam make- up dan beragam jenis parfum yang tersedia di etalase lantai.

Naik ke lantai 2, konsumen akan di sambut oleh beragam pilihan busana anak-anak hingga dewasa, pria dan wanita. Sepatu dan sandal juga bisa konsumen temui di lantai 2 ini. Sedang berbagai perlengkapan rumah tangga lainnya seperti gelas, piring, sapu, bantal dan lain-lain dapat konsumen cari dilantai 3.

Hamper semua jenis barang yang dijual di sardo ini cukup bersaing dengan beberaoa swalayan besar lainnya yang ada di kota malang. Karena harga-harga barang yang dijual cukup terjangkau itulah sardo swalayan dikenal sebagai swalayan penyedia barang kebutuhan harian para mahasiswa dari berbagai universitas di malang dan masyarakat menengah ke bawah di sekitarnya.

Letak Sardo Swalayan pun cukup strategis sehingga konsumen tidak akan menemui banyak kesulitan untuk mencapainya, Sardo Swalayan ini terletak di jalan Gajayana dekat dengan Universitas Islam Negeri Malang (UIN) dan konsumen juga bisa naik angkutan umum kota seperti AL/GL/JDM/LG tergantung dari mana konsumen hendak berangkat, konsumen juga bisa mencapai dengan mudah jika membawa kendaraan pribadi, sebab Sardo Swalayan ini tidak jauh dari matos (Malang Town Square).

Dalam hal retail Sardo mmiliki segmen pasar terdiri yaitu kalangan menengah menengah. Di samping itu Sardo melayani berbagai barang yang lengkap dan harga yang relative murah.

Sardo Swalayan mempunyai sifat, tujuan dan lapangan usaha sebagai berikut:

a. Sifat

Sardo Swalayan adalah perusahaan retail yang mempunyai sifat sebagai berikut:

1. Pelayanan jasa
2. Pengahsil laba

3. Pemanfaatan umum

b. Tujuan

Tujuan Sardo Swalayan adalah menyediakan barang kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari secara terus menerus.

c. Lapangan usaha

Sardo Swalayan dalam melayani barang kebutuhan kepada masyarakat mempunyai bidang usaha sebagai berikut:

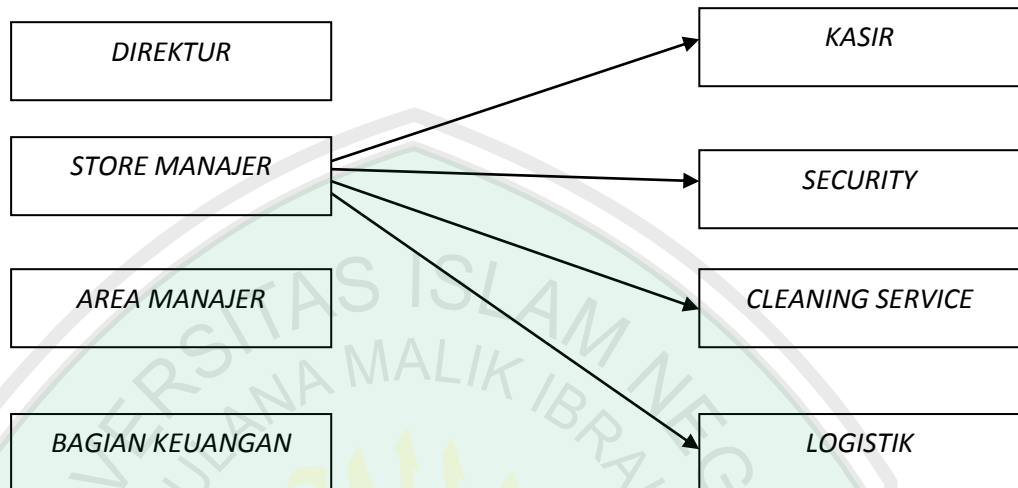
1. Penyediaan barang –barang kebutuhan pokok masyarakat
2. Menjual barang – barang kebutuhan masyarakat dan harga yang murah bagi masyarakat
3. Penyelenggaraan pelayanan yang baik kepada masyarakat

4.1.2 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan adalah dimana letak dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. Dalam hal ini Sardo Swalayan terletak di jalan gajayana kota malang.

4.1.3 Struktur Organisasi

Gambar : 4.1 Struktur Organisasi



Sumber: Sardo Swalyan

4.2 PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

4.2.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini karakteristik responden dibagi menjadi empat kategori yaitu jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut hasil kevalidan responden dalam mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti

Tabel 4.1 Hasil *output* kevalidan responden

	Case Processing Summary					
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Kelamin * Usia	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
Jenis Kelamin * Pendidikan Terakhir	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
Jenis Kelamin * Pekerjaan	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa N 100 valid dan *Missing* N bernilai 0. Hal ini berarti seluruh responden menjawab dan mengisi seluruh data yang ada dalam kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

4.2.1.1 Jenis Kelamin

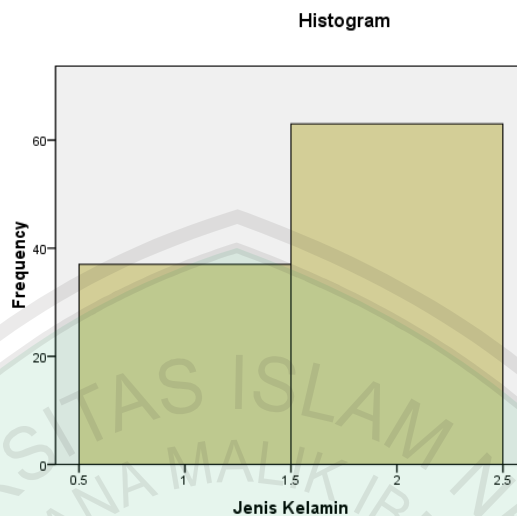
Berdasarkan hasil tabulasi data melalui program SPSS diperoleh distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Komposisi jenis kelamin responden

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	37.0	37.0	37.0
	Perempuan	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data yang di olah 2014

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada penelitian ini sudah terwakili secara merata oleh kedua kelompok laki-laki dan perempuan. Dengan komposisi laki-laki sebanyak 37 responden dan perempuan sebanyak 63 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung SARDO Swalayan Kota Malang lebih didominasi oleh perempuan, dikarenakan dari sampel sebanyak 100 responden terwakili 63% adalah perempuan dan selebihnya 37% adalah laki-laki. Untuk lebih jelasnya akan disajikan dengan grafik histogram sebagai berikut:

Gambar 4.2 Grafik histogram jenis kelamin

Dari gambar 4.2 sumbu horizontal menyatakan jenis kelamin responden dan sumbu vertikal menyatakan frekuensi. Angka 1 mewakili responden laki-laki dan angka 2 mewakili responden perempuan. Dari gambar 4.2 tersebut jauh lebih terlihat jelas bahwa responden perempuan cenderung lebih mendominasi.

4.2.1.2 Usia Responden

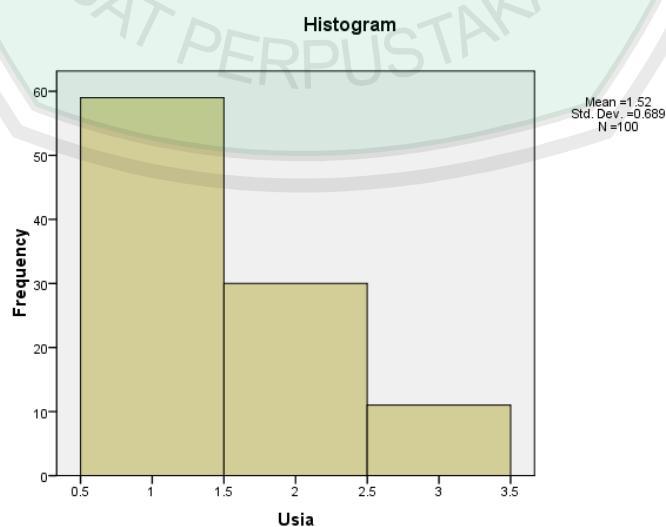
Usia responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu kategori pertama usia 19-22 tahun, kategori kedua usia 23-25 tahun dan kategori ketiga usia 26-29 tahun. Berdasarkan hasil tabulasi data melalui program SPSS diperoleh distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan usia responden yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Komposisi usia responden

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-22	59	59.0	59.0	59.0
	23-25	30	30.0	30.0	89.0
	26-29	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data yang diolah 2014

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa usia responden 19-22 tahun sebanyak 59%, usia 23-25 tahun sebanyak 30% dan usia 26-29 tahun sebanyak 11%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usia responden yang paling dominan adalah kategori pertama yaitu usia 19-22 tahun sebanyak 59%. Berikut disajikan secara grafik histogram usia responden untuk lebih mempermudah dalam menganalisis:

Gambar 4.3 Grafik histogram usia responden

Dari gambar 4.3 jelas terlihat bahwa kategori pertama yaitu usia 19-22 tahun lebih mendominasi sebanyak 59%. Sehingga kesimpulannya adalah pengunjung SARDO Swalayan Kota Malang banyak berasal dari kalangan remaja.

4.2.1.3 Pendidikan Terakhir

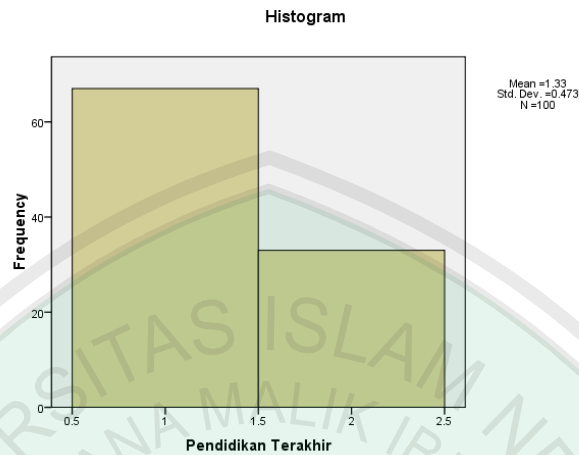
Pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 2 kategori, yaitu S1 dan SMA Berdasarkan hasil tabulasi data melalui program SPSS diperoleh distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan pendidikan terakhir responden yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Pendidikan terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	67	67.0	67.0	67.0
	S1	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden SMA sebanyak 67% dan SI sebanyak 33%. Berikut disajikan secara grafik histogram pendidikan terakhir responden untuk lebih mempermudah dalam menganalisis:

Gambar 4.4 Grafik histogram pendidikan terakhir responden

Dari gambar 4.4 jelas terlihat bahwa pendidikan terakhir responden lebih didominasi oleh lulusan SMA sebanyak 67%. Sehingga kesimpulannya adalah pengunjung SARDO Swalayan Kota Malang banyak berasal dari lulusan SMA.

4.2.1.4 Pekerjaan

Pekerjaan responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu mahasiswa, ibu rumah tangga dan wirausaha. Berdasarkan hasil tabulasi data melalui program SPSS diperoleh distribusi frekuensi responden dari penelitian berdasarkan pekerjaan responden yang disajikan pada tabel dibawah ini:

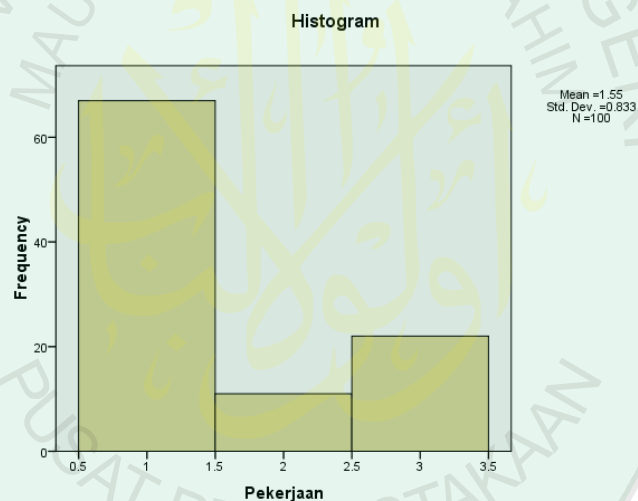
Tabel 4.5 pekerjaan

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	67	67.0	67.0	67.0
	Ibu Rumah Tangga	11	11.0	11.0	78.0
	Wirausaha	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data yang di olah 2014

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden sebagai mahasiswa sebanyak 67%, ibu rumah tangga sebanyak 11% dan wirausaha sebanyak 22%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden yang paling dominan adalah kategori pertama yaitu sebagai mahasiswa sebanyak 67%. Berikut disajikan secara grafik histogram pekerjaan responden untuk lebih mempermudah dalam menganalisis:

Gambar 4.5 Grafik histogram pekerjaan responden



Dari gambar 4.5 jelas terlihat bahwa pekerjaan responden lebih didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 67%. Sehingga kesimpulannya adalah pengunjung SARDO Swalayan Kota Malang banyak berasal dari kalangan mahasiswa.

4.2.2 Uji Instrumen

Pengujian instrumen ini dibagi menjadi yaitu pengujian validitas dan pengujian Reliabelitas.

4.2.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini digunakan untuk mengukur kevalidan kuesioner, sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya. Item suatu instrument dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi $r \geq 0,60$ dan $\text{sig (p-value)} \leq 0,05$.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas ini digunakan untuk mengukur kekonsistensian kuesioner. Sejauh mana kuesioner dapat dipercaya atau diandalkan. Setelah seluruh item instrumen dinyatakan valid, maka selanjutnya akan dilakukan pengujian reabilitas ini. Pada program SPSS, metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas adalah dengan membandingkan nilai *Cronbach Alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$.

4.2.2.3 Hasil pengujian instrumen

Berikut ditampilkan hasil pengujian instrumen kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) yang dilakukan dengan bantuan program SPSS:

Tabel 4.6 Hasil uji validitas dan reliabilitas kepuasan pelanggan

No	Variabel	Item	R	Sig (p-value)	Alpha	Keterangan
1	Tangible (X1)	X1.1	0,729	0,000	0,712	Valid dan Reliabel
		X1.2	0,704	0,000		Valid dan Reliabel
		X1.3	0,720	0,000		Valid dan Reliabel
		X1.4	0,775	0,000		Valid dan Reliabel
2	Reliability (X2)	X2.1	0,686	0,000	0,664	Valid dan Reliabel
		X2.2	0,852	0,000		Valid dan Reliabel
		X2.3	0,777	0,000		Valid dan Reliabel
3	Responsibility (X3)	X3.1	0,711	0,000	0,763	Valid dan Reliabel
		X3.2	0,713	0,000		Valid dan Reliabel
		X3.3	0,955	0,000		Valid dan Reliabel
4	Assurance (X4)	X4.1	0,768	0,000	0,701	Valid dan Reliabel
		X4.2	0,840	0,000		Valid dan Reliabel
		X4.3	0,781	0,000		Valid dan Reliabel
5	Emphaty (X5)	X5.1	0,892	0,000	0,826	Valid dan Reliabel
		X5.2	0,873	0,000		Valid dan Reliabel
		X5.3	0,824	0,000		Valid dan Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,869	0,000	0,649	Valid dan Reliabel
		Y1.2	0,852	0,000		Valid dan Reliabel

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa nilai koefisien korelasi r pada setiap item instrumen X dan Y lebih besar dari pada 0,60 dan nilai sig (p-value) pada setiap itemnya lebih kecil 0,05. Sehingga berdasarkan uji validitas dapat dikatakan bahwa seluruh item instrumen dinyatakan valid. Hal ini berarti instrumen penelitian ini dapat dijadikan alat untuk mengukur kualitas pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang.

Setelah setiap item instrument dinyatakan valid, maka dilakukan pengujian lanjut yaitu uji reabilitas. Pada tabel 4.6 terlihat bahwa semua nilai Alpha lebih besar dari pada 0,60. Sehingga berdasarkan uji reabilitas dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen dikatakan reabel. Berdasarkan kedua pengujian di atas,

dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap item pertanyaan pada kuesioner adalah valid dan reabel dan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SARDO Swalayan Kota Malang.

4.2.3 Deskripsi Variabel

4.2.3.1 Variable Independent

Variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari lima sub variabel, di masing-masing sub variabel tersebut diwakili oleh beberapa item pertanyaan-pertanyaan yang di turunkan dari indicator adapun lima sub variabel tersebut yaitu Tangible (X_1) terdiri dari 4 item pertanyaan, Reliability (X_2) terdiri dari 3 pertanyaan, Responsibility (X_3) terdiri dari 3 pertanyaan, Assurance (X_4) terdiri dari 3 pertanyaan dan Emphaty (X_5) terdiri dari 3 pertanyaan.

1) Tangible (X_1)

Tabel 4.7 Variabel Tangible (X_1)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	Mean
X1.1	0	0%	3	3%	29	29%	53	53%	15	15%	100	100%	3,8
X1.2	0	0%	21	21%	24	24%	54	54%	21	21%	100	100%	3,95
X1.3	0	0%	1	1%	22	22%	57	57%	20	20%	100	100%	3,96
X1.4	0	0%	0	0%	21	21%	49	49%	30	30%	100	100%	4,09

Sumber : data yang di olah

Sub variabel Tangible (X_1) di wakili empat item pertanyaan yaitu, pertama keamanan parkir yang aman ($X_{1.1}$), 3% pelanggan menyatakan tidak setuju, 29% pelanggan mengatakan netral, 53% pelanggan menyatangkan setuju dan 15% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua penampilan karyawan yang

menarik ($X_{1.2}$) 1% pelanggan menyatakan tidak setuju, 24% pelanggan menyatakan netral, 54% pelanggan menyatakan setuju dan 21% pelanggan menyatakan sangat setuju. Ketiga ketersediaan peralatan membawa barang ke kasir yang bagus ($X_{1.3}$), 1% pelanggan menyatakan tidak setuju, 22% pelanggan menyatakan netral, 57% pelanggan menyatakan setuju dan 20% pelanggan menyatakan sangat setuju. Item yang terakhir adalah tata letak ruang belanja yang menarik, 21% pelanggan menyatakan netral, 49% pelanggan menyatakan setuju dan 30% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel Tangible adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item X_1 lebih mendominasi.

2) Reliability (X_2)

Tabel 4.8 Variabel Reliability (X_2)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	Mean
X2.1	0	0%	0	0%	28	28%	49	49%	23	23%	100	100%	3,95
X2.2	1	1%	1	1%	18	18%	49	49%	31	31%	100	100%	4,08
X2.3	0	0%	1	1%	14	14%	51	51%	34	34%	100	100%	4,18

Sumber : data yang di olah

Sub variabel Reliability (X_2) di wakili 3 item pertanyaan yaitu pertama ketelitian kasir melayani pelanggan Sardo Swalayan sangat bagus, 28% pelanggan menyatakan netral, 49% pelanggan menyatakan setuju dan 23% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua daya tanggap seluruh karyawan

membantu pelanggan berbelanja di sardo swalayan sangat bagus, 1% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju, 1% pelanggan menyatakan tidak setuju, 18% pelanggan menyatakan netral, 49% pelanggan menyatakan setuju, dan 31% pelanggan menyatakan sangat setuju. Ketiga kemampuan karyawan menguasai penempatan produk Sardo Swalayan sangat bagus, 1% pelanggan menyatakan tidak setuju, 14% pelanggan menyatakan netral, 51% pelanggan menyatakan setuju, 34% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel Reliability adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item X_2 lebih mendominasi.

3) Responsibility (X_3)

Tabel 4.9 Variabel Responsibility (X_3)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	F	%	f	%	F	%	F	%	Mean
X3.1	0	0%	2	2%	20	20%	52	52%	26	26%	100	100%	4,02
X3.2	1	1%	2	2%	21	21%	47	47%	29	29%	100	100%	4,01
X3.3	1	1%	2	2%	21	21%	47	47%	29	29%	100	100%	4,01

Sumber : data yang di olah

Sub variabel Responsibility (X_3) di wakili 3 item pertanyaan yaitu pertama kecepatan karyawan menanggapi masalah di Sardo Swalayan sangat bagus, 2% pelanggan menyatakn tidak setuju , 20% pelanggan menyatakan netral, 52% pelanggan menyatakan setuju dan 26% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua kemampuan karyawan mengenai masalah di sardo swalayan sangat bagus, 1% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju, 1%

pelanggan menyatakan tidak setuju, 21% pelanggan menyatakan netral, 47% pelanggan menyatakan setuju, dan 29% pelanggan menyatakan sangat setuju. Ketiga ketangapan karyawan menjawab pertanyaan di Sardo Swalayan sangat bagus, 1% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju, 2% pelanggan menyatakan tidak setuju, 21% pelanggan menyatakan netral, 47% pelanggan menyatakan setuju, 29% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel Responsibility adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item X_2 lebih mendominasi.

4) Assurance (X_4)

Tabel 4.10 Variabel Assurance (X_4)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	F	%	Mean
X4.1	1	1%	1	1%	19	19%	56	56%	23	23%	100	100%	3,99
X4.2	1	1%	2	2%	17	17%	54	54%	26	26%	100	100%	4,02
X4.3	4	4%	1	1%	14	14%	47	47%	34	34%	100	100%	4,06

Sumber : data yang di olah

Sub variabel Assurance (X_4) di wakili 3 item pertanyaan yaitu pertama kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan pelanggan di Sardo Swalayan sangat bagus, 1% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju ,1% pelanggan menyatakan tidak setuju ,19% pelanggan menyatakan netral, 56% pelanggan menyatakan setuju dan 23% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua pemberian informasi di sardo swalayan cukup jelas, 1% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju, 2% pelanggan menyatakan tidak setuju, 17% pelanggan menyatakan netral, 54% pelanggan menyatakan setuju, dan 26%

pelanggan menyatakan sangat setuju. Ketiga kecerdasan karyawan mengenali produk yang masih tersedia di Sardo Swalayan cukup baik, 4% pelanggan menyatakan sangat tidak setuju, 1% pelanggan menyatakan tidak setuju, 14% pelanggan menyatakan netral, 47% pelanggan menyatakan setuju, 34% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel Assurance adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item X_2 lebih mendominasi.

5) Emphaty (X_5)

Tabel 4.11 Variabel Emphaty (X_5)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	F	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	Mean
X5.1	0	0%	4	4%	19	19%	45	45%	32	32%	100	100%	4,05
X5.2	0	0%	2	2%	19	19%	49	49%	30	30%	100	100%	4,07
X5.3	0	0%	6	6%	19	19%	47	47%	28	28%	100	100%	3,97

Sumber : data yang di olah

Sub variabel Emphaty (X_5) di wakili 3 item pertanyaan yaitu pertama kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan di Sardo Swalayan sangat bagus, 2% pelanggan menyatakn tidak setuju, 19% pelanggan menyatakan netral, 49% pelanggan menyatakan setuju dan 32% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua ketersediaan kotak saran di sardo swalayan cukup membantu pelanggan, 2% pelanggan menyatakan tidak setuju, 19% pelangan menyatakan netral, 49% pelangan menyatakan setuju, dan 30% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kemudahan mendapatkan informasi produk di Sardo Swalayan cukup jela, 6% pelanggan menyatakan tidak setuju, 19%

pelanggan menyatakan netral, 47% pelanggan menyatakan setuju, 28% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel Emphaty adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item X_2 lebih mendominasi.

4.2.3.2 Variabel Dependent

Variabel terikat (dependent) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) terdiri dari 2 item sebagai berikut:

Tabel 4.12 Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Item	1		2		3		4		5		Total		Statistik
	STS		TS		N		S		SS				
	f	%	F	%	F	%	f	%	f	%	F	%	Mean
Y1.1	0	0%	1	1%	11	11%	50	50%	38	38%	100	100%	4,25
Y1.2	0	0%	0	0%	12	12%	53	53%	35	35%	100	100%	4,23

Sumber : data yang di olah

Sub variabel kepuasan pelanggan (Y) di wakili 2 item pertanyaan yaitu pertama, memilih Sardo sebagai tempat berbelanja yang nyaman adalah pilihan yang tepat 1% pelanggan menyatakn tidak setuju ,11% pelanggan menyatakan netral, 50% pelanggan menyatakan setuju dan 38% pelanggan menyatakan sangat setuju. Kedua, memilih Sardo Swalayan sebagai tempat berbelanja dengan kualitas pelayanan yang baik adalah pilihan yang tepat, 12% pelangan menyatakan netral, 53% pelangan menyatakan setuju, dan 35% pelanggan menyatakan sangat setuju. Sehingga kesimpulan yang dapat diambil dari variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan di SARDO

Swalayan Kota Malang, dikarenakan presentase setuju dari semua item kepuasan pelanggan (Y) lebih mendominasi.

4.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi, maka harus di uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokolerasi dan heteroskedastisitas.

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residu (kesalahan) persamaan regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas digunakan uji Kolmogorov-smirnov yaitu membandingkan antara nilai Kolmogorov-smirnov dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-smirnov $> 0,05$ maka residu berdistribusi normal.

Berikut hasil perhitungan nilai Kolmogorov smirnov melalui program SPSS 16:

Tabel 4.13 hasil uji multikolinieritas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12480927
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.108
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.200
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai Kolmogorov smirnov sebesar 1,2 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

4.2.4.2 Uji Multikolinieritas

Persamaan regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi antara variabel-variabel bebas baik secara sempurna atau tidak sempurna. Pendeteksian ada tidaknya multikolinieritas salah satunya dengan cara melihat nilai VIF dan nilai Tolerance. Suatu persamaan regresi dikatakan bebas multikolinieritas adalah:

1. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10
2. Mempunyai nilai tolerance mendekati 1.

Hasil perhitungan melalui program SPSS 16 diperoleh nilai VIF dan tolerance sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil uji multikolinieritas

Model	Coliniearity statistics	
	Tolerance	VIF
Constanta		
Tangible (X_1)	0,942	1,062
Reliability (X_2)	0,859	1,164
Responsibility (X_3)	0,883	1,133
Assurance (X_4)	0,918	1,089
Emphaty (X_5)	0,928	1,078

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, terlihat bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel disekitar angka 1 dan kurang dari 10 dan pada kolom tolerance terlihat nilai tolerance dari masing-masing variabel mendekati angka 1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terjadi multikolinieritas telah terpenuhi.

4.2.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah persamaan regresi linier terdapat korelasi antara residu (kesalahan) yang satu dengan residu sebelumnya. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terdapat autokorelasi.

Adapun cara pendeteksian adanya autokorelasi salah satunya adalah dengan uji Durbin-Watson. Menurut Singgih (2002) kaidah keputusan dengan menggunakan uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15 Kaidah keputusan Durbin-Watson

Range	Keputusan
nilai DW < -2	Terjadi masalah autokorelasi positif
nilai DW > 2	Terjadi masalah autokorelasi negative
nilai DW diantara -2 sampai dengan 2	Tidak terjadi masalah autokorelasi

Sumber : data yang diolah

Dengan menggunakan bantuan proram SPSS, diperoleh nilai Durbin-Watson sebagai berikut:

Tabel 4.16 Uji Durbin Watson

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.209 ^a	.044	-.007	1.154	1.714

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Responsibility, Assurance, Reliabilit

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,714. Hal ini berarti nilai DW terletak diantara -2 sampai dengan 2. Berdasarkan tabel 4.15 dapat disimpulkan bahwa asumsi tidak terjadi autokorelasi telah terpenuhi.

4.2.4.4 Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah persamaan regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual (kesalahan) antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varian dari residu antara yang pengamatan satu dengan pengamatan yang lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Jika sebaliknya, varians dari residu antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama, maka terjadi homoskedastisitas. Suatu persamaan regresi dikatakan baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas ini di uji dengan menggunakan uji koeisien korelasi Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Jika signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Jika sebaliknya, signifikansi hasil korelasi lebih besar 0,05, maka terjadi homoskedastisitas.

Berikut hasil pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS 16:

Tabel 4.17 hasil uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	R	Sig	Keterangan
Tangible (X1)	0,260	0,009	Heteroskedastisitas
Reliability (X2)	0,033	0,744	Homoskedastisitas
Responsibility (X3)	0,073	0,471	Homoskedastisitas
Assurance (X4)	0,153	0,130	Homoskedastisitas
Emphaty (X5)	0,152	0,132	Homoskedastisitas

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa nilai sig variabel tangible (X₁) lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti terjadi heteroskedastisitas, akan tetapi pada ke

empat variabel bebas yang lain semua nilai sig lebih besar dari 0,05 yang berarti homoskedastisitas. Sehingga dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa sebagian besar dari variabel bebas itu terjadi homoskedastisitas dan asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas terpenuhi.

4.2.5 Analisis Regresi Berganda pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SARDO Swalayan Kota Malang

Metode analisis regresi berganda adalah analisis hubungan linier antara dua variabel yaitu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). dalam hal ini variabel X yang digunakan adalah lebih dari satu. Analisis regresi ini digunakan untuk tujuan peramalan. Persamaan regresi yang terbentuk yang nantinya akan digunakan untuk meramalkan seberapa besar variabel X mempengaruhi variabel Y.

Pada penelitian ini variabel independennya terdiri dari 5 variabel yaitu Tangible (X_1), Reliability (X_2), Responsibility (X_3), Assurance (X_4) dan Emphaty (X_5). Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan (Y). berdasarkan perhitungan melalui program SPSS 16 diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4.18 Rekapitulasi hasil analisis regresi berganda

Variabel	Unstandar dized Coefficients		Standa rized Coefficients	T hitung	Sig
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	5.791	1.465		3.912	0.000
X1	0.038	0.58	0.069	2.662	0.022
X2	0.026	0.73	0.039	2.357	0.012
X3	0.083	0.75	0.119	3.909	0.040
X4	0.065	0.062	0.111	2.057	0.033
X5	0.004	0.058	0.007	1.969	0.045

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.18 persamaan regresi berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,719 + 0,038X_1 + 0,026X_2 + 0,083X_4 + 0,065X_5 + 0,004X_5$$

Persamaan regresi tersebut mengartikan bahwa:

a. Nilai konstanta

Nilai konstanta sebesar 5,719 menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan jika tidak ada variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 maka kepuasan pelanggan akan konstan sebesar 5,719.

b. Koefisien variabel Tangible (X_1)

Nilai dari koefisien regresi pada X_1 yaitu sebesar 0,038 menyatakan bahwa apabila tangible naik sebesar satu kali, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,038 kali, akan tetapi jika variabel yang lain dianggap konstan.

c. Koefisien variabel Reliability (X_2)

Nilai dari koefisien regresi pada X_2 yaitu sebesar 0,026 menyatakan bahwa apabila Reliability naik sebesar satu kali, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,026 kali, akan tetapi jika variabel yang lain dianggap konstan.

d. Koefisien variabel Responsibility (X_3)

Nilai dari koefisien regresi pada X_3 yaitu sebesar 0,083 menyatakan bahwa apabila Responsibility naik sebesar satu kali, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,083 kali, akan tetapi jika variabel yang lain dianggap konstan.

e. Koefisien variabel Assurance (X_4)

Nilai dari koefisien regresi pada X_4 yaitu sebesar 0,065 menyatakan bahwa apabila Assurance naik sebesar satu kali, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,065 kali, akan tetapi jika variabel yang lain dianggap konstan.

f. Koefisien variabel Emphaty (X_5)

Nilai dari koefisien regresi pada X_5 yaitu sebesar 0,004 menyatakan bahwa apabila Emphaty naik sebesar satu kali, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,004 kali, akan tetapi jika variabel yang lain dianggap konstan

4.2.6 Uji Hipotesis

4.2.6.1 Uji Simultan

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara bersama-sama. Dalam uji simultan ini digunakan statistik uji F yang membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Variabel bebas X dikatakan berpengaruh signifikan secara

bersama-sama terhadap variabel Y apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai sig F $<$ 0,05. Dalam pengujian ini diperoleh hasil melalui SPP sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil uji simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.706	5	1.141	3.856	.014 ^a
	Residual	125.254	94	1.332		
	Total	130.960	99			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Responsibility, Assurance, Reliability

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 4.19 terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 3,856 dan perhitungan F tabel di hitung dengan melihat nilai $df_1=5$ dan $df_2=94$ kemudian dilihat pada tabel distribusi F dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 diperoleh F tabel sebesar 2,29 dan nilai sig F sebesar 0,014 $>$ 0,05. Sehingga F hitung $>$ F tabel, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. H_0 berbunyi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y secara simultan (bersama-sama). Sehingga kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan di SARDO Swalayan Kota Malang terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.6.2 Uji Parsial

Pengujian parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X terhadap variabel bebas Y secara parsial (individu). Dalam uji parsial ini digunakan statistik uji t yang membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Variabel bebas X dikatakan berpengaruh signifikan secara individu terhadap variabel Y apabila nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai sig masing-masing

variabel $X < 0,05$. Nilai t tabel dihitung dengan menggunakan tabel distribusi t dan diperoleh t tabel sebesar 1,96.

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung dari masing-masing variabel X sebagai berikut:

1. Variabel Tangible (X_1)

Nilai t hitung dari variabel X_1 sebesar 2.662 dan nilai $\text{sig } t$ sebesar 0,00. Sehingga t hitung $2.662 > 1,96$ dan $\text{sig } t$ $0,022 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara tangible terhadap kepuasan pelanggan.

2. Variabel Reliability (X_2)

Nilai t hitung dari variabel X_2 sebesar 2.357 dan nilai $\text{sig } t$ sebesar 0,012. Sehingga t hitung $2.357 > 1,96$ dan $\text{sig } t$ $0,012 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara Reliability terhadap kepuasan pelanggan.

3. Variabel Responsibility (X_3)

Nilai t hitung dari variabel X_3 sebesar 3.357 dan nilai $\text{sig } t$ sebesar 0,070. Sehingga t hitung $2.357 > 1,96$ dan $\text{sig } t$ $0,040 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara Responsibility terhadap kepuasan pelanggan

4. Variabel Assurance (X_4)

Nilai t hitung dari variabel X_4 sebesar 2.057 dan nilai $\text{sig } t$ sebesar 0.093,. Sehingga t hitung $2.057 < 1,96$ dan $\text{sig } t$ $0,033 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0

diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara Assurance terhadap kepuasan pelanggan.

5. Variabel Emphaty (X_5)

Nilai t hitung dari variabel X_5 sebesar 1.963 dan nilai sig t sebesar 0.045,. Sehingga t hitung $1.963 > 1,96$ dan sig t $0,045 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara Emphaty terhadap kepuasan pelanggan.

4.3 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.3.1 Analisis dan Intrepretasi Secara Simultan

Berdasarkan hasil olah data penelitian dengan menggunakan prosedur ilmiah, maka di peroleh rumus sebagai berikut

$Y = 5,719 + 0,038X_1 + 0,026X_2 + 0,083X_3 + 0,065X_4 + 0,004X_5$ dapat di deskripsikan secara simultan bahwa:

- a. konstanta (a) = 5,719

Konstanta sebesar 5,719 berarti bahwa kepuasan pelanggna Sardo Swalayan Kota Malang akan konstanta sebesar 57,17% jika tidak di pengaruhi variabel idependent, dengan demikian, bahwa pengunjung Sardo Swalayan Kota Malang sudah mendapat pelayanan, namun kurang maksimal, oleh karena itu perlu adanya variabel – variabel pelayanan yang harus ada dan di tingkatkan.

Berdasarkan nilai konstanta tersebut, secara global Sardo Swaayan Kota Malang telah memberikan pelayanan baik terhadap para pengunjung.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Sardo Swalayan Kota Malang masih belum maksimal, sehingga dimensi kualitas layanan perlu ditingkatkan, seperti kinerja pegawai, interaksi pegawai dengan pengunjung, ketepatan waktu dan kenyamanan, dan estetika. Garvin berpendapat bila dimensi layanan tersebut dilakukan dengan baik, maka pengunjung atau pengguna jasa perusahaan akan merasa puas dan ada kecenderungan untuk berkunjung kembali.

b. Tangible (X1)

Variable tangible mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,038 atau pengaruh positif dan signifikan. Artinya Jika tangible naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengunjung akan naik sebesar 0,038. Sebaliknya jika volume tangible turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,038 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X2 sampai X5) atau ceteris paribus.

Realitas tersebut sesuai dengan pendapat Pauraman (2005) bahwa tangible adalah tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa pada kasus ini, Sardo Swalayan Kota Malang menyediakan fasilitas seperti fasilitas parkir, penampilan karyawan yang menarik, ketersediaan peralatan membawa belanja dan rancangan gedung yang menarik

c. Reliability (X2)

Variable reliability mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,026 atau pengaruh positif dan signifikan. Artinya Jika reliability naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,026. Sebaliknya jika volume reliability turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar

0,026 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1 , X_3 sampai X_5) atau *ceteris paribus*.

Realitas tersebut sesuai dengan pendapat Zeithami (2004) bahwa *reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan dan berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan kesalahan yang tinggi. Pada kasus ini sardo swalayan kota malang. Pada kasus ini sardo swalayan menyediakan fasilitas seperti kecepatan karyawan menanggapi masalah, kemauan karyawan memberikan perhatian secara individu dan ketanggapan informasi yang jelas kepada pelanggan,

d. Responsibility (X_3)

Variable *responsibility* mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,083 atau pengaruh positif dan signifikan. Artinya Jika *responsibility* y naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,083. Sebaliknya jika *responsibility* turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,083 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X_1 , X_2 , X_4 dan X_5) atau *ceteris paribus*.

Realitas tersebut sesuai dengan pendapat pasuraman (2005) bahwa *responsibility* adalah kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak

seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Pada kasus ini sardo swalayan menyediakan fasilitas seperti kecepatan karyawan menanggapi para pelanggan, kemandirian karyawan memberikan perhatian secara individu dan ketanggapan informasi yang jelas kepada pelanggan.

e. Assurance (X4)

Variable Assurance mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,065 atau pengaruh positif dan signifikan. Artinya Jika Assurance naik sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,065. Sebaliknya jika volume Assurance turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,065 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X1, X2, X3 dan X5) atau ceteris paribus.

Realitas tersebut sesuai dengan pendapat pasuraman (2005) bahwa Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Pada kasus ini sardo swalayan menyediakan fasilitas seperti Kemudahan berkomunikasi antar karyawan dengan para pelanggan, Pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan dan Kecerdasan karyawan mengenali produk yang masih tersedia

f. Emphaty (X5)

Variable Emphaty mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,004 atau pengaruh positif dan signifikan. Artinya Jika Emphaty naik sebesar 1 satuan,

maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,004. Sebaliknya jika volume Emphaty turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 0,004 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap (X1, X2, X3 dan X4) atau ceteris paribus.

Pada kasus ini sardo swalayan menyediakan fasilitas seperti sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Pada kasus ini sardo swalayan menyediakan fasilitas seperti kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan, ketersediaan kotak saran dan kemampuan mendapat informasi produk.

Dengan demikian, Sardo Swalayan yang merupakan perusahaan di bidang retail yang menyediakan produk produk yang ada di Sardo Swalayan Kota Malang, sudah seharusnya meningkatkan tingkat pelayanannya sesuai dengan keinginan pelanggan agar pelayanan yang diberikan oleh pihak Sardo Swalayan Kota Malang dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap para pelanggan sehingga pelanggan yang selesai berbelanja di Sardo Swalayan Kota Malang dapat menggambarkan kepada saudara, teman – teman dan keluarga untuk berbelanja di Sardo Swalayan Kota Malang. Ini akan menjadi penting, karena perkembangan zaman dewasa ini yang di iringi dengan kemajuan teknologi mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Menurut lupiyadi (2009),

pola konsumsi dan gaya pelanggan menurut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*.

Dari apa yang di kutip oleh lupiyadi tersebut sudah jelas, bahwa bahwa Sardo Swalayan Kota Malang jika ingin mendapatkan simpati yang besar dari dari pelanggan, maka Sardo Swalayan Kota Malang harus memberhatikan hal – hal yang di inginkan akan menjadi sia-sia bukannya memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap pelanggan akan tetapi malah membuat pelanggan semakin kurang puas

Namun dengan hasil penelitian yang di peneliti lakukan, pelayanan yang harus diberikan oleh pihak Sardo Swalayan Kota Malang sudah sangat bagus dan dapat memberikan kepuasan pengunjung. Dengan demikian, pihak Sardo Swalayan Kota Malang jika ingin bersaing dengan perusahaan retail yang lain dan mempertahankan pelanggan agar tetap tertarik untuk membeli kembali, maka pelayanan tersebut harus di pertahankan, bahkan bila perlu di tingkatkan agar semakin menarik interest masyarakat untuk mengunjungi kembali.