

Rancangan survey kepuasan konsumen pada SPBU XYZ

Sulis Winurini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=105735&lokasi=lokal>

Abstrak

PT XYZ adalah anak dari perusahaan XY yang memiliki bisnis Penyediaan, Penyimpanan, Pengangkutan, dan Niaga produk-produk yang terkait dengan Minyak. Salah satu divisi dari PT XYZ adalah SPBU. PT XYZ tidak mendirikan SPBU melainkan melakukan kerjasama dengan pihak pendiri SPBU dalam hal pengelolaan. Adapun bisnis inti dari SPBU XYZ adalah menjual Bahan Bakar Minyak dan Gas. Oleh karena SPBU menjadi gerbang bisnis retail yang bersentuhan langsung dengan konsumen, maka kepuasan konsumen menjadi tujuan dari pelayanan SPBU.

Terpicu oleh kehadiran kompetitor yang semakin banyak, maka SPBU XYZ berusaha meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen. Untuk itu, SPBU XYZ membutuhkan masukan dari konsumen sekaligus evaluasi untuk mengontrol kinerja pelayanan yang ada secara terus-menerus. Tidak hanya itu, SPBU XYZ perlu mengetahui posisinya di antara kompetitor. Upaya-upaya ini merupakan tindakan antisipatif SPBU XYZ untuk meningkatkan daya saing di antara kompetitor.

Solusi yang diajukan dalam Tugas Akhir ini adalah rancangan kuisisioner kepuasan konsumen, adaptasi dari kuisisioner SERVQUAL (Service Quality) yang dibuat oleh Parasuraman Zeithaml, Berry (1988 dalam Thongsamak, 2001). Rancangan kuisisioner ini akan digunakan untuk meneliti kepuasan konsumen secara rutin. Dengan demikian SPBU XYZ dapat mengetahui jenis-jenis pelayanan mana yang masih harus ditingkatkan. Informasi ini menjadi masukan bagi SPBU XYZ untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara berkesinambungan.

Kuisisioner kepuasan konsumen didasarkan kepada asumsi dimana konsumen dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dari suatu SPBU dengan membandingkan persepsi mereka terhadap performa pelayanan yang diterima dengan harapan mereka. Adapun dimensi yang akan diukur adalah; Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Sementara bentuk yang digunakan dalam SERVQUAL untuk SPBU XYZ adalah dua bentuk. Bentuk yang pertama adalah skala kepuasan konsumen yang terdiri dari skala harapan dan skala kenyataan. Skala ini tersedia untuk SPBU XYZ dan SPBU kompetitor. Bentuk kedua adalah bentuk rangking yang berupa pilihan dari atribut SPBU yang terpenting sampai paling tidak penting. Manfaat dari bentuk yang kedua adalah sebagai pelengkap data untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut SPBU.

Dari hasil elisitasi, diperoleh 66 pernyataan kepuasan konsumen untuk diuji coba. Namun, setelah uji coba jumlah pernyataan menjadi 37. Validitas Internal untuk tiap-tiap dimensi skala kenyataan berkisar dari 0,598 (cukup tinggi) hingga 0,960 (sangat tinggi), sedangkan Validitas Internal untuk tiap-tiap dimensi skala harapan berkisar dari 0,746 (tinggi) hingga 0,946 (sangat tinggi). Sementara Reliabilitas untuk tiap-tiap dimensi skala kenyataan berkisar dari 0,4027 (tidak reliabel) hingga 0,8648 (reliabel), sedangkan

Reliabilitas untuk tiap-tiap dimensi skala harapan berkisar dad 0, 4382 (tidak reliabel) hingga 0, 8988 (reliabel).