

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP GIANT HYPERMARKET CIMANGGIS

Mashadi, Lies Handrijaningsih, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : kepuasan konsumen

Abstraksi :

Dalam kompetisi global seperti dewasa ini, konsumen cenderung untuk mempunyai lebih banyak keinginan. Fenomena seperti ini memaksa perusahaan untuk mengubah paradigma bisnis secara tradisional dan beralih orientasi kepada kepuasan konsumen demi meningkatkan daya saingnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Giant Hypermarket Cimanggis. Metode yang digunakan yaitu metode kuisioner, yang ditujukan kepada 100 responden. Pemberian dan pengisian kuisioner ini dilakukan setelah responden menerima pelayanan yang diberikan oleh Giant Hypermarket Cimanggis. Berdasarkan perhitungan dengan skala likert, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa puas, dengan rata-rata nilai 342,35, di mana nilai tersebut dikategorikan Baik dengan kelas interval (340-419). Sedangkan hasil uji Chi Square diperoleh hasil yang tidak berbeda yaitu konsumen merasa puas. Ini terlihat pada Chi Square Hitung $>$ Chi Square Tabel ($53,375 > 26,2962$) dan Asymtotic significance yaitu 0,000 atau probabilitas kurang dari 0,05 artinya hipotesa awal (H_0) yaitu konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan Giant Hypermarket Cimanggis tidak dapat diterima. Meskipun sudah baik, hendaknya Giant Hypermarket Cimanggis tetap berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada, agar para konsumen tetap loyal berbelanja di Giant Hypermarket Cimanggis.