

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA KUALITAS PELAYANAN MINANG
MART DI KOTA PADANG**

¹Momi Hirlandes Lusta, ²Dahlia Kamener, ³Irda

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail : momilusata@gmail.com, dahlianakamener@bunghatta.ac.id,
irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Minang Mart di Kota Padang”. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah Sampel 138 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Deskriptif, Analisis *Importance Performance*, dan Diagram Kartesius. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan belum merasakan kepuasan yang maksimal pada kelima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangibles*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan Jaminan (*Assurance*).

Kata kunci : Kepuasan, Kualitas Pelayanan

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY MINANG
MART IN THE CITY OF PADANG**

¹Momi Hirlandes Lusta, ²Dahlia Kamener, ³Irda

**¹Student of Management Departement, Faculty of Economics and Business Bung Hatta
University**

**²Lecture in Management Departement, Faculty of Economics and Business Bung Hatta
University**

**E-mail : momilusata@gmail.com, dahlianakamener@bunghatta.ac.id,
irda@bunghatta.ac.id**

ABSTRACT

The purpose of study was to determine the level of customer satisfaction at the Minang Mart service quality in the city of Padang. The sampling technique was purposive sampling with a sample size of 138 people. The type of data use primary data through questionnaires. The data analysis method used is descriptive analysis, importance performance analysis, and Cartesian diagram. The result of this study indicate that customer have not felt maximum satisfaction in the five dimensions of service quality, namely Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance.

Keyword : Satisfaction, Service Quality